

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA:  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Tesis previa a la obtención del título de: LICENCIADA EN COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

**TEMA:  
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA EL PROYECTO PUKYU  
PAMBA**

**AUTORA:  
KATHERINE JULIANA MOREJÓN LUNA**

**DIRECTOR:  
SERAFIN SEGUNDO ILVAY**

**Quito, mayo del 2014**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, mayo del 2014

---

Katherine Juliana Morejón Luna

CC: 1003289459

## **DEDICATORIA**

Este trabajo realizado con mucho esfuerzo, por las dificultades que se me presentaron en el camino, hace de estas páginas la herramienta perfecta para agradecer el apoyo incondicional que las personas más importantes en mi vida me han brindado.

Para mis padres y hermano, por su compañía, amor, confianza y apoyo incondicional en todas las etapas y decisiones de mi vida. Ustedes han sido parte fundamental para que pueda alcanzar esta meta.

A ti mi Amor, por estar siempre, por ayudarme en cada etapa de la elaboración de este trabajo, gran parte de esto te lo debo a ti; a tu compañía, amor y apoyo incondicional.

Finalmente, a alguien que ha estado acompañándome siempre con sus bendiciones, mi FE jamás se apagará.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento eterno a las familias integrantes de Pukyu Pamba por permitirme vivir esta gran experiencia, por brindarme su confianza, pero sobretodo; por darme la oportunidad de entender y valorar la importancia de la Comunicación en cada espacio a través de la elaboración del plan de comunicación.

A mi tutor Serafyn Ilvay, a pesar de no haber sido mi profesor durante la carrera, su conocimiento fue indispensable en la elaboración de este trabajo, es así que gracias a ese apoyo puedo decir que el trabajo fue enfocado de la mejor manera.

Finalmente, mi agradecimiento sincero a todos quienes durante esta etapa de mi vida estuvieron ahí apoyando y dándome la mano cuando la necesite.

***Gracias.***

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
 <b>CAPÍTULO I</b>	
<b>CONCEPTOS TEÓRICOS</b>	<b>2</b>
 1.1 Comunicación	4
1.1.1 Una nueva perspectiva de comunicación	6
1.1.2 Comunicación – escuela latinoamericana	6
1.1.3 Comunicación alternativa	7
1.1.4 Comunicación y participación	8
 1.2 Planificación estratégica de la comunicación	8
1.2.1 Comunicación asertiva	10
1.2.2 Diagnóstico comunicacional	10
1.2.3 Diagnóstico participativo	12
1.2.4 Actores sociales	13
1.2.5 Estrategias de comunicación	14
1.2.6 Plan de comunicación	15
1.2.7 Ejecución	16
1.2.8 Evaluación	16
 1.3 Cultura	17
1.3.1 Cultura y comunicación	19
1.3.2 Comunicación intercultural	21
 1.4 Desarrollo	22
1.4.1 Comunicación para el desarrollo	23
1.4.1.1 Comunicación alternativa para el desarrollo democrático	24
1.4.1.2 Tecnologías de información y comunicación (TIC) en el desarrollo	25

1.4.2	Desarrollo a escala humana	25
1.4.2.1	Micro-organizaciones	26
1.4.3	Desarrollo local	27
1.4.3.1	Comunidad y acción colectiva	28
1.4.3.2	Autogestión comunitaria y Asociatividad	29
1.5	Turismo	29
1.5.1	Turismo en el ecuador	30
1.5.2	Turismo rural comunitario	31
1.5.2.1	Turismo rural	31
1.5.2.2	Turismo comunitario	32
1.5.2.3	Turismo rural comunitario	33
1.5.3	Turismo sustentable	34
 <b>CAPÍTULO II</b>		
<b>DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL PARTICIPATIVO</b>		36
2.1	Introducción	36
2.2	Metodología	37
2.3	Plan de acción	38
2.4	Estudio de caso	38
2.5	Descripción general de la situación	44
2.5.1	Ubicación geográfica	44
2.5.2	Población	45
2.5.3	Cultura	46
2.5.4	Actividades económicas	47
2.5.5	Educación	49
2.5.6	Salud	50

2.5.7	Seguridad y convivencia comunitaria	51
2.5.8	Acceso a servicios básicos	51
2.5.9	Vivienda	52
2.5.10	Tecnología	52
2.5.11	Tipos de vías	53
2.5.12	Trasporte	53
2.5.13	Político	54
2.6	Diagnóstico comunicacional	55
2.6.1	Objetivos	56
2.6.2	Cronograma de trabajo	57
2.6.3	Modalidad de trabajo	57
2.6.4	Etapas 1 – Entrevistas personales	58
2.6.5	Etapas 2 – Identificación y análisis de los problemas (posibles causas y efectos)	59
2.6.5	Etapas 3 – Jerarquización de problemas	63
2.6.6	Etapas 4 – Identificación de las posibles soluciones	65
2.7	Formas – frecuencia – motivos de interrelación	67
2.7.1	Intercambio de experiencias	67
2.7.2	Contacto y visita a otras organizaciones	67
2.7.3	Reuniones con dirigentes	67
2.7.4	Como ven a su organización	67
2.8	Sistema de comunicaciones	68
2.8.1	Interno	68
2.8.2	Externo	69
2.9	Pronóstico	70
2.10	Caracterización de la problemática relevante	70

2.10.1	Gravedad	71
2.10.2	FODA	72
2.10.3	Causas reales	73
2.10.4	Posibles efectos	73
2.11	Priorización de problemas	74
2.12	Conclusiones	75
<b>CAPÍTULO III</b>		
<b>PLAN DE COMUNICACIÓN PARA PUKYU PAMBA</b>		<b>77</b>
3.1	Introducción	77
3.2	Antecedentes	79
3.3	Justificación	82
3.4	Metodología	82
3.5	Herramientas metodológicas	84
3.5.1	Observación participativa	84
3.5.2	Grupo de discusión	84
3.5.3	Encuestas	84
3.5.4	Cartografía social	85
3.6	Mapeo de actores	85
3.6.1	Metodología para el mapeo de actores	86
3.6.2	Actores internos	87
3.6.3	Actores externos	89
3.7	Estrategias comunicativas	90



3.7.1	Comunicación participativa	90
3.7.2	Fortalecer el enfoque cultural	92
3.7.3	Aumentar las capacitaciones en torno a mejorar los servicios y la atención en Pukyu Pamba	93
3.7.4	Establecer alianzas estratégicas	95
3.7.5	Fortalecer los medios de difusión existentes	96
3.8	Objetivos comunicacionales	97
3.8.1	General	97
3.8.2	Específicos	98
3.8.3	Políticas comunicacionales	98
3.9	Información a difundir	99
3.10	Esquema operativo	100
3.11	Cronograma actividades	100
3.12	Actividades y responsables	101
3.13	Presupuesto	104
3.14	Monitoreo y evaluación	108
	<b>CONCLUSIONES</b>	111
	<b>LISTA DE REFERENCIAS</b>	113

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 – Plan de acción	38
Tabla 2 – Período	43
Tabla 3 – Alfabetos y analfabetos de Pukyu Pamba	50
Tabla 4 – Cronograma de trabajo	57
Tabla 5 – Aspectos positivos y negativos	59
Tabla 6 – Matriz de problemas, causas y efectos	63
Tabla 7 – Jerarquización de problemas	64
Tabla 8 – Posibles soluciones	65
Tabla 9 – Actividades y responsables	101
Tabla 10 – Presupuesto	104

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Mapa de localización Pukyu Pamba	45
Gráfico 2 – Organigrama	55
Gráfico 3 – FODA	72
Gráfico 4 – Esquema operativo	100
Gráfico 5 – Cronograma de actividades	100

## **RESUMEN**

Un Plan de Comunicación tiene por objeto convertirse en una herramienta para solucionar problemas o potenciar fortalezas a nivel comunicacional a través de alternativas planificadas. En este caso, el Plan de Comunicación para Pukyu Pamba, iniciativa de turismo comunitario ubicada en la parroquia la Esperanza, en la ciudad de Ibarra de la provincia de Imbabura, tiene como objetivo establecer un sistema de comunicación que permita fortalecer las formas de comunicación ya existentes y posibilitar la construcción de nuevas a nivel interno y externo.

La Comunicación no implica crear únicamente productos comunicativos para hacer promoción, cuando se hace uso de la Comunicación de esa manera, la posibilidad de que esos productos cumplan sus objetivos disminuye. El horizonte es más amplio, la Comunicación viabiliza la participación y con esto la posibilidad de lograr acuerdos lo que es un factor positivo en un emprendimiento, conlleva a generar soluciones colectivas y cercanas a la realidad que coadyuven la eficacia de los medios y productos de comunicación creados. La Comunicación en este plan tiene como meta convertirse en un elemento esencial para Pukyu Pamba.

El trabajo desarrolla lo teórico con cinco temáticas: Comunicación, Planificación Estratégica de la Comunicación, Cultura, Desarrollo y Turismo; cada una está ligada a las condiciones propias del sector.

Teorías necesarias para realizar el Diagnóstico Comunicacional Participativo, realizado a Pukyu Pamba como paso previo para conocer de una manera real las condiciones del lugar de estudio y así proponer las alternativas más idóneas para el Plan de Comunicación, producto final de este trabajo.

## **ABSTRACT**

A Communication Plan seeks become a tool for troubleshooting or to maximize strengths at communicational level through planned alternatives. In this case, the Communication Plan for Pukyu Pamba, a community tourism initiative located in La Esperanza, city of Ibarra in Imbabura province, has as objective to establish a system of communication that will strengthen the existing forms of communication and enable the construction of others internally and externally.

Communication does not only involve creating communication products for promotion, when using communication in that way decreases possibility of success of products. The horizon is broader, Communication allows participation and through it reaching agreements, it is a positive factor in an entrepreneurship and it enables generating collective and real solutions for contribute to the efficient functioning of communication products. Communication in this plan aims to become an essential element for Pukyu Pamba.

The work develops the theoretical with five subjects: Communication, Strategic Planning of Communication, Culture, Development and Tourism; each topic is linked to the conditions of the sector.

Theories necessary for to do the Communicational Participatory Diagnosis of Pukyu Pamba as a prelude to know closely the actual conditions of the study site to finally to propose the most suitable alternatives for the communication plan, final product of this work.

## INTRODUCCIÓN

El turismo comunitario es una actividad económica de las más novedosas en la región, con varios matices, económicos, sociales, políticos y por supuesto turísticos, en este caso para la comunidad de Pukyu Pamba, comunidad indígena del norte de la provincia de Imbabura de la ciudad de Ibarra, es una iniciativa que permite generar desarrollo a nivel de sus integrantes e indirectamente de los habitantes de la Comunidad de San Clemente; y sobretodo de mostrar su cultura a nivel nacional e internacional.

Toda actividad que un ser humano realice requiere de varios elementos necesarios para que esta actividad se pueda llevar a cabo. Uno de esos elementos esenciales es la Comunicación, característica innata de todos los humanos.

La comunicación posibilita el diálogo, la participación y con esto la generación de propuestas o alternativas, medidas necesarias para el desarrollo de una iniciativa. La falta de este escenario hace de estas propuestas iniciativas débiles y con limitaciones para alcanzar sus objetivos planteados.

El plan de comunicación que se desarrolló para Pukyu Pamba se centró básicamente en elaborar una herramienta fácil, comprensible e inclusiva que permita identificar como la comunicación influye o no en sus actividades como grupo de turismo de manera permanente y participativa. Para esto, la participación de todos los integrantes fue uno de los objetivos principales a conseguir porque únicamente de esa forma se podría obtener un producto apegado a la realidad, a las necesidades y expectativas que como grupo de turismo tienen.

El objetivo del plan de comunicación es hacer de Pukyu Pamba un grupo consolidado con objetivos claros, colectivos y planificados en busca de un mismo fin, el desarrollo de esta iniciativa y la consecución de beneficios y resultados económicos, sociales y culturales a través de la comunicación, planteados en el momento de empezar esta iniciativa, y en el proceso de elaboración del plan de comunicación.

## **CAPÍTULO I**

### **CONCEPTOS TEÓRICOS**

Comunicar es la capacidad, la posibilidad y la oportunidad que todos los sujetos desarrollan consciente e inconscientemente con la finalidad de adquirir voz para poder aprender, lograr acuerdos, conocer personas, satisfacer necesidades y solucionar problemas; todas estas, habilidades y necesidades propias de un ser humano.

La comunicación permite el intercambio y la oportunidad de compartir experiencias, conocimientos y sobretodo la posibilidad de expresarse y ser escuchado. Sin embargo en ocasiones las posibilidades que la comunicación nos brinda quedan limitadas por el desconocimiento y la falta de importancia que se le da a la comunicación en nuestras vidas.

La comunicación no solo es un concepto o una profesión, tiene un sentido tan amplio que todos los conceptos que han surgido hasta hoy tienen que complementarse con las nuevas posibilidades que la comunicación nos ofrece permanentemente. “Vivida como experiencia la comunicación representa el espacio donde cada quien pone en juego su posibilidad de construirse con otros” (Mattelart& Mattelart, 1985, pág.1)

Comunicarnos constituye esa esencia de ser seres sociales, donde necesitamos permanentemente de un encuentro con los demás para saber y entender lo que nosotros como individuos de una sociedad necesitamos y deseamos. Con la comunicación será más fácil conocer nuestro entorno, nuestras debilidades y fortalezas; pero sobre todo aprender a escuchar y hablar para que nuestra voz siempre sea atendida.

Definir la comunicación implica pensar en una multitud de sentidos, presentes por la necesaria y permanente presencia de la comunicación en la construcción de la vida en sociedad, claro está, cada uno ligado a los intereses y necesidades de la realidad que cada individuo construye y enfrenta cada día.

Es así que su estudio e importancia se ha convertido de interés para ciencias como: filosofía, historia, geografía, sociología, economía, etc. Cada ciencia ha ido abordando a la comunicación desde su perspectiva, desde su objeto de estudio. Teorías y escuelas se han creado, con la finalidad de conocer y explicar toda la extensión de la palabra Comunicación, demostrando así, la razón de su pluralidad de sentidos.

Entre sus principales postulados teóricos se encuentran el Funcionalismo y Estructuralismo, que han desarrollado estudios y en consecuencia teorías de la comunicación, cada uno con un enfoque específico, trabajados hasta el día de hoy.

El funcionalismo se enfoca en analizar la forma y la intención de comunicar por parte de los medios de comunicación, sosteniendo que la comunicación está reducida a la transmisión de información de los mass media, considerados instrumentos necesarios para la “gestión gubernamental de opiniones” (Mattelart, 2006, pág.28)

Es a través de los medios que se pretende conformar un orden social que atienda a las necesidades de los individuos creadas por los medios de comunicación, con el objeto que todo lo que provenga de los medios influya directamente en el individuo. Convirtiéndose en entes reguladores, creadores y anuladores de ideologías.

Según Laswell, el proceso de comunicación cumple tres funciones principales en la sociedad: a) la vigilancia del entorno, revelando todo lo que podría amenazar o afectar al sistema de valores de una comunidad o de las partes que la componen; b) la puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno; c) la transmisión de la herencia social. (Laswell, 1948, pág.31)

Mientras que el Estructuralismo al nacer de la lingüística y de su extensión con ciencias como la antropología, historia y la literatura se enfoca principalmente en el receptor y la influencia de su entorno. Para esta corriente los medios de comunicación dejan de ser creadores y anuladores de la verdad, para convertirse en transmisores de ideas e



imágenes aceptadas en la sociedad. La comunicación solo puede existir por medio de los medios de comunicación, se encargan de mediar entre la información y los individuos.

La comunicación debe dejar de ser vista a partir de los medios de comunicación, entendidos como mediadores entre la sociedad y la información, para así analizar de forma más profunda el papel que desempeñan los medios; donde el ser humano tenga un papel protagónico en los procesos de cambio.

Lo que caracteriza a los medios de comunicación de masas es que son antimedidores, intransitivos, que fabrican no-comunicación (si se acepta definir a la comunicación como un intercambio, como el espacio recíproco de una palabra o de una respuesta, por tanto de una responsabilidad) y no una responsabilidad psicológica y moral, sino una correlación personal de uno a otro en el intercambio [...]. (Mattelart; 2006, pág.68)

La importancia de estas teorías en el estudio de la comunicación está presente en la construcción de nuevas teorías, sus estudios aportaron a crear nuevas perspectivas centradas en entender la relación de la comunicación con el ser humano y no únicamente con los medios de comunicación.

Es importante saber reconocer que cada corriente aportó al desarrollo de la comunicación y que cada cambio de época permitió nuevas posibilidades y relaciones con el entorno; haciendo de la comunicación un elemento esencial y completo para construir la vida en sociedad.

## **1.1 Comunicación**

Comunicar es esa experiencia cotidiana y esencial en la vida de las personas, es la oportunidad de lograr un encuentro con el otro para adquirir conocimiento, acuerdo y cooperación; que posibiliten el crecimiento y desarrollo de la sociedad.

Hablar de comunicación es evocar a la participación, al diálogo y a la capacidad para escuchar, “la comunicación es diálogo, así como el diálogo es comunicativo” (Freire, 1973, pág.76).

Ese encuentro con el otro generalmente se compone de un emisor y un receptor, quienes dependiendo de la situación cambian sus roles, buscando la reciprocidad. Comunicar no sólo es informar, comunicar es aprender a crear una relación con los demás enfocada en construir una experiencia mutua de aprendizaje y enseñanza.

La comunicación es el principio fundamental de la organización social, es la instancia que nos lleva a plantear problemáticas, lograr acuerdos y establecer posibles soluciones mediante la participación con los demás, con la finalidad de lograr un ambiente participativo y democrático. La comunicación prioriza lo colectivo, un ser individual no puede ser un ser social haciendo comunicación, necesita de experiencias a través del contacto con los demás para conocer y aprender su entorno; y la comunicación nos permite esta posibilidad.

Cuando la comunicación está enfocada a fortalecer lo colectivo genera oportunidades y herramientas que posibilitan la voz y el saber de todos quienes participan; sin embargo, la comunicación cuando es utilizada para fines e intereses individuales puede llegar a ser una excelente herramienta para persuadir sobre lo que es importante y necesario para alcanzar los intereses de una o pocas personas, relegando la participación e interés de los demás.

La Comunicación guarda una relación con la cultura, a partir de la posibilidad de entender y exponer el comportamiento de los individuos, sus creencias, sus costumbres y su esencia, pues es la cultura la que representa a las personas, y la comunicación la que muestra esas representaciones sociales.

### **1.1.1 Una nueva perspectiva de Comunicación**

A partir de los años setenta comienza a plantearse una nueva visión de la comunicación, basada en una crítica a teorías como el funcionalismo y estructuralismo, para pasar un análisis acerca del papel que desempeña la comunicación en la sociedad.

Se trabaja para establecer una comunicación más humana, que genere e intercambie conocimientos, como menciona Mattelart (1997) el solo hecho de estar frente a una persona ya constituye un acto de comunicación. Todo comportamiento humano implica una acción comunicativa.

### **1.1.2 Comunicación – Escuela Latinoamericana**

La escuela latinoamericana se constituye como una corriente teórica a partir de los años 60, sus teorías son una respuesta académica y crítica a la realidad social, económica y política que viven los países de Sudamérica, tomando en cuenta aspectos como la cultura, el desarrollo y la comunicación.

Empieza una nueva visión, una nueva perspectiva, una nueva concepción de lo que es comunicación a nivel de Latinoamérica, priorizando la democracia, la participación, el diálogo, la experiencia y la enseñanza entre emisores y receptores, que pasan a ser actores del proceso comunicativo.

La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación. (Beltrán, 1979, pág.85)

Se deja atrás la visión de una comunicación lineal, ligada únicamente a la transmisión de información por parte de los medios de comunicación; para pasar a una comunicación más humana, libre y participativa con la finalidad de crear espacios de diálogo con

oportunidades de hablar y escuchar, creando entornos de interacción mutua. “La comunicación como un flujo bidireccional y horizontal donde el emisor es a la vez receptor; y el receptor es a la vez emisor”. (Contreras, 2000, pág.32)

Desde esta perspectiva la comunicación es una oportunidad para el diálogo y participación, es un derecho natural de los seres humanos para la existencia social; y es un encuentro para compartir experiencias. Anhelando construir actores de la sociedad y no sujetos pasivos.

### **1.1.3 Comunicación Alternativa**

La Comunicación Alternativa nace en la escuela Latinoamérica, como una nueva opción de ver a la comunicación, alejada de las corrientes tradicionales y lineales. Una comunicación donde el principal beneficiario sea la población, a través de varias herramientas que posibiliten su participación y protagonismo en los cambios sociales.

La comunicación alternativa es una respuesta no autoritaria a la voluntad del cambio social, gracias a ella conocemos la voz de los actores sociales: hombres y mujeres que viven, piensan y sienten, y que buscan ser escuchados. (García& Hernández, 2009-2010, pág.1)

La Comunicación Alternativa busca y permite una propuesta social diferente, donde la comunicación no sea esa instancia regulada por normas y regida por grupos de poder, al contrario, una comunicación que preste oportunidades y herramientas para que la sociedad pueda ser escuchada sobre cómo piensa, como actúa, como siente y sobre como todo como espera sea su entorno. Como su palabra lo indica, una alternativa a lo común, en este caso a los medios tradicionales de hacer comunicación.

Los medios alternativos significan para muchos la esperanza materializada en documentos, imágenes, videos y audios que dan la palabra a los individuos que en un intento de movilización social buscan

la concientización por las vías del convencimiento informativo e ideológico. (García& Hernández, 2010, pág. 3).

#### **1.1.4 Comunicación y Participación**

La comunicación se practica, entonces, también para dialogar, para intercambiar experiencias, para divertirse, para aprender la propia realidad, para jugar, para compartir momentos. “La comunicación es de todos, no está en manos de alguien que busca sólo obediencia de los demás”. (Prieto, 1990, pág.52)

Son los procesos sociales y de comunicación los que encaminan a los individuos a participar en acciones o decisiones que construyen los entornos y los mensajes que permitirán consolidar y mejorar sus formas y modos de vida.

La comunicación, debe ser entendida como proceso participativo e interactivo esencial a la coexistencia humana, a la organización social, a la organización de la experiencia humana, de la democracia, a la formación del ser humano y a la conformación de la ciudadanía y de las comunidades, debe ser un derecho adquirido dentro de las sociedades de información y comunicación. (Esteinou, 2003, párr.3).

### **1.2 Planificación estratégica de la comunicación**

La planificación es un proceso ordenado y sistemático que permite la toma de decisiones para lograr alcanzar los objetivos y metas planteadas, a través de la selección de los mejores medios o métodos. Es un proceso dinámico, tiene una secuencia de pasos y etapas relacionadas y dirigidas hacia un fin determinado, su secuencia es la que determina una selección de las alternativas más óptimas.

La planificación es una herramienta clave para facilitar y optimizar la gestión de la comunicación ya sea en las instituciones, organización,

proyectos, comunidades, etc. Es un instrumento útil al momento de diagnosticar la realidad, por esa misma razón se debe tener cuidado en cómo se la utiliza. No debe quedar en el mero ejercicio de lo analítico, sino más bien debe tener un carácter práctico, orientado a la acción y como objetivo principal la transformación de la realidad en un mediano o largo plazo. (Pacheco& Espinoza, 2013, pág. 83)

Es necesario, al ser un proceso de toma de decisiones, la coordinación de los recursos y actividades que se planifiquen tomando en cuenta las condiciones actuales y las de un futuro, para de esta manera prever y aprovechar posibles inconvenientes y oportunidades, que conlleven a lograr lo planteado.

La planificación es un proceso que permite un uso adecuado y eficiente de los recursos disponibles, con la finalidad, en muchos casos, de ahorrar tiempo y dinero; pero sobretodo de alcanzar los resultados esperados.

La planificación de la comunicación, concibe la comunicación con perspectiva de largo plazo, como recurso social, económico, político y cultural que puede y debe ser planificado, más allá de los medios informativos y de las telecomunicaciones, para incluir una amplia serie de formas de comunicación interpersonal. (Middleton& Lin, 1975)

La comunicación en la planificación ofrece las herramientas necesarias para interpretar los procesos sociales, porque es esencial en las prácticas sociales y no es posible desentrañar el sentido de los procesos históricos sin contar con una mirada desde la comunicación.

Dentro de estos procesos el comunicador es comprendido como un científico social que posee saberes, capacidades y destrezas que le permiten crear y facilitar el diálogo entre los actores. Y se entiende “al planificador de procesos comunicacionales como aquel comunicador que

trabaja en la articulación productiva de saberes y capacidades de estos distintos actores en función de la construcción de consensos en escenarios de transformación”. (Uranga; 2008, pág.6)

La planificación de la comunicación debe ser integral, desde una perspectiva que considere a la comunicación como recurso social, político, cultural, económico que puede y debe ser planificado más allá de los medios comunicativos, que permita desarrollar comunicaciones interpersonales y flujos de información.

### **1.2.1 Comunicación Asertiva**

La asertividad es una estrategia comunicativa, su objetivo es cambiar las formas de comunicación para que pueda convertirse en un proceso más sencillo y comprensible, sin embargo, este proceso toma tiempo y esfuerzo cambiar el modo “tradicional” de comunicarse, que en algunos casos puedes estar fallando. Esta comunicación evita que se presenten los ruidos internos y externos, que intentan interrumpir el proceso comunicativo.

El ruido externo se encuentra en el momento de comunicarse, al utilizar palabras erróneas o al tergiversar la información o el mensaje, llevando a no cumplir el objetivo inicial y propio del mensaje. Y, el ruido interno se presenta con actitudes como la inseguridad, timidez, baja autoestima, etc., evitando así que la comunicación se fluida y clara.

### **1.2.2 Diagnóstico Comunicacional**

El diagnóstico desempeña un papel importante en el desarrollo y funcionamiento de las organizaciones. Permite evaluar el trabajo y la efectividad de los sistemas de comunicación desarrollados en una organización. Se recurre al diagnóstico cuando se evidencia fallas en el funcionamiento de la organización, para de esta manera construir

una estrategia comunicativa que permita realizar los cambios necesarios sin alterar el entorno de los integrantes y de la organización.

El diagnóstico comunicativo es una herramienta que evalúa las prácticas sociales, sus debilidades y fortalezas, necesaria en la planificación de las acciones que permitirán generar cambios en la comunicación, indispensables para producir cambios positivos en la organización.

El diagnóstico nos da la posibilidad de producir cambios al interior de los centros de trabajo, identificar las debilidades y fortalezas de los sistemas de comunicación interna y externa, analizar los medios y canales de comunicación para de esta manera consolidar los aciertos y corregir las deficiencias.

Para realizar un diagnóstico es necesario considerar el entorno de la situación analizada, reflejado en las relaciones sociales.

Una lectura no espontánea de la propia situación social significa una comprensión de lo que actualmente sucede y una reconstrucción histórica destinada a arrojar claridad sobre ese presente. El diagnóstico en última instancia es una lectura esencial de determinada situación social, una lectura de sus conexiones esenciales, desde una perspectiva histórica. (Prieto, 1990, pág.41)

Para realizar un diagnóstico es necesario comprender y tener en cuenta el conocimiento de todo ser humano adquirido por el hecho de vivir en sociedad. Es decir que para lograr un buen diagnóstico es vital considerar el conocimiento de quienes forman parte de la situación o realidad que va a ser analizada.

El trabajo popular, los procesos de organización social de una manera democrática, no son posibles si todos los involucrados, los participantes, no poseen un conocimiento adecuado de la situación o el problema sobre lo que tratan de incidir. (Prieto, 1990, pág.55)



### **1.2.3 Diagnóstico Participativo**

A través del diagnóstico participativo es posible que los involucrados tengan la oportunidad de ser parte de la construcción del diagnóstico, reconozcan la situación, seleccionen los problemas, se organicen para buscar y analizar los datos encontrados, sacar las conclusiones, poder tomar decisiones y sobretodo entregar su esfuerzo y sus experiencias para lograr objetivos comunes.

Lo importante en todo es ampliar la base de las decisiones, es incorporar el mayor número de personas a un ejercicio más democrático del poder de decisión. A mayor aislamiento dentro de una comunidad, a menor grado de organización, menor posibilidad de hacer diagnósticos participativos. (Prieto, 1990, pág.60)

El diagnóstico es parte de un ejercicio de distribución del poder de decisión dentro de una comunidad, permitiendo analizar y evaluar las relaciones sociales existentes. El sentido del diagnóstico no se limita únicamente a la búsqueda de información, se interesa también por aprender de la propia situación y del conocimiento de las causas fundamentales de los problemas. Lo importante en un diagnóstico es considerar la posibilidad de relacionarnos, compartir esfuerzos, enriquecernos mutuamente con el saber y las experiencias que guarda y caracteriza a una comunidad.

En el diagnostico se avanza de a poco y muchas veces lo importante no es la cantidad de resultados, sino el camino recorrido, porque es precisamente durante el camino cuando la gente comparte actividades, aprende, se comunica, discute, crea alternativas de solución a problemas presentados sobre la marcha. (Prieto, 1990, pág.64)

#### **1.2.4 Actores Sociales**

El futuro no se construye por actores individuales, el futuro lo construyen los actores sociales, es decir, el sujeto colectivo. (Uranga; 2008, pág.13). Esa construcción del futuro se hace en medio de tensiones y conflictos propios de la lucha por el poder, mismos que deben ser analizados, controlados y encaminados a viabilizar las acciones que beneficien al colectivo en general.

Se entiende por actores sociales a los grupos humanos que se agrupan para defender sus intereses utilizando el grado de poder que cada uno puede ejercer en la construcción de una realidad con mayores ventajas y menos desventajas.

Cada uno de los actores se apoya en sus conocimientos, a partir de su experiencia, para poder utilizar los recursos que posee y poder alcanzar los propósitos que ha construido en base a sus sueños, deseos, necesidades y problemáticas. Sin embargo, cada actor ejerce un poder dentro del grupo, mismo que puede ser influyente para aportar en la protección de los intereses colectivos o únicamente en el interés particular.

El proceso de diagnóstico y planificación supone un alto grado de dinamismo en el cual los actores participantes pueden modificar sus roles, implicarse de diferentes maneras, incidir de distintas formas, entrar y salir del mismo. Por ese motivo, más que definir características de este o aquel grupo, es interesante establecer los roles que puedan cumplir de acuerdo a los momentos y a la forma que se agrupan los actores. (Uranga; 2008:42).

Es necesario tener presente que todos los actores son necesarios para el cambio, considerando sus aportes e intereses distintos y específicos con la finalidad de lograr unos objetivos que permitan beneficiar principalmente al colectivo antes que a lo particular.

### **1.2.5 Estrategias de Comunicación**

Las estrategias son las directrices que nos permiten tomar decisiones y realizar acciones en una determinada situación, tomando en cuenta los recursos disponibles del entorno. Las estrategias deben ser pensadas como propuestas de cambio o respuestas a los problemas. Es la manera en que se direccionan las acciones para transformar en el sentido deseado.

La palabra estrategia está vinculada con la acción. Es una forma de hacer o de generar criterios para el hacer. Desde una mirada más epistemológica, se puede decir que la estrategia es una forma de percibir el mundo que permite una determinada ubicación para el hacer, para el cambio, para la acción transformadora. (Uranga, 2011, pág.1)

Es un conjunto de enfoques, modelos y sistemas de comunicación que se desarrollan en torno a la hipótesis central de la investigación y se organizan con el propósito de construir vías de comunicación. A través de las estrategias los investigadores buscan alcanzar los objetivos de un plan de comunicación, utilizando los métodos más apropiados para la realidad en que se está investigando. “La estrategia es el entramado de objetivos, políticas y planes de acción, que se formulan con la finalidad de: aprovechar oportunidades y minimizar amenazas”. (Cedeño, 1988, pág. 168).

El diseño de una estrategia debe ser un acto creativo a partir del análisis de la situación actual, de la construcción de escenarios futuros y de la proyección que estos escenarios podrían tener. Para esto es necesario la creación y elección de modos, recursos, habilidades y medios acordes al entorno; que articulados puedan trabajar de manera complementaria para reforzar los logros que se pretendan alcanzar.

Las estrategias deben ser generadas a partir de la reflexión de los actores participantes, para incluir y asumir su perspectiva, su modo de percibir y sentir, y no exclusivamente la de aquellos que intervienen como equipo

técnico político. En ello se juega la fidelidad al proceso prospectivo estratégico, y en consecuencia, la suerte de la acción consecuente. (Uranga, 2011, pág.5)

### **1.2.6 Plan de Comunicación**

El plan es una herramienta de la planificación de la comunicación que permite organizar los elementos y las actividades consideradas en el proceso de planificación dentro de un conjunto de operaciones que les dará sentido en la realidad. El plan está estructurado en tres partes: estudio de la situación, objetivos estratégicos y modalidades de acción correspondiente a los objetivos establecidos.

Además de ser una herramienta que establece las acciones necesarias para alcanzar los objetivos planteados, es un documento que viabiliza y establece un marco de referencia para el conjunto de acciones de la comunicación. Es necesario que un plan de comunicación presente viabilidad, adaptabilidad y atención al aspecto económico.

La viabilidad de un plan deber ser considerado bajo dos puntos de vista: a) ser políticamente aceptable, es decir, su contenido debe reflejar los intereses de los sectores involucrados. b) ser técnico y administrativamente factible; es decir, debe llevar en consideración los recursos disponibles, el apoyo necesario, las posibilidades de movilización social. (Pacheco& Espinoza, 2012, pág.99)

Otro punto a considerar en el plan es el aspecto económico que debe procurar alcanzar los beneficios esperados con el menor costo y plazo posible, optimizando los recursos disponibles para lograr las actividades planificadas.

Finalmente la adaptabilidad, debe ser metodológicamente flexible para realizar reajustes y cambios necesarios en el momento en que se presenten dentro de la ejecución; además debe tener un carácter experimental, que permita evoluciones cada cierto tiempo con la finalidad de realizar adecuaciones y adaptaciones.

### **1.2.7 Ejecución**

La ejecución es ese paso, ese momento en la planificación donde todo lo planificado tienen que plasmarse y enfrentarse a los matices que la realidad le presente. Es la etapa más larga de la planificación y la que justifica todo lo planificado.

No es fácil. No todo se previó. No todo sales como se pensó que saldría. Las experiencias que surjan nos servirán de aprendizaje para corregir sobre la marcha, y para que la próxima planificación sea más realista, y este más teñida de experiencias prácticas. (Uranga, 2011;pág72)

Este proceso lleno de experiencia brinda la oportunidad de adquirir el aprendizaje necesario para saber plasmar las ideas en la realidad, a partir de los errores y aciertos. La ejecución permite adquirir la confianza necesaria sobre el funcionamiento de los procedimientos de la planificación para de esa manera apropiarse del trabajo e interés que implica esta fase en la planificación.

### **1.2.8 Evaluación**

Evaluar es el proceso de emitir juicios, de revisar si las actividades o acciones que se realizan están logrando los objetivos, las metas de un proyecto, de una población o de un grupo de personas. “Evaluación es el proceso de asignar valores para juzgar la cantidad, el grado, la condición, la valía, la calidad o la efectividad de algo”. (Bhola, 1982, pág. 15)

Para evaluar es necesario tener información o datos del antes y después de la situación que va a ser evaluada, además de considerar metodologías cualitativas y cuantitativas que permitirán analizar y valorar la situación de una determinada acción. El proceso de evaluación debe tener siempre presente cinco principios fundamentales: objetividad, confiabilidad, validez, procedimiento riguroso y credibilidad, para de esta manera lograr

evidenciar factores que pueden estar presentando inconvenientes o ventajas a una situación determinada.

Con la evaluación no vamos a conocerlo todo o aspirar a ello. Todo proceso humano selecciona aspectos de la realidad. De lo que se trata es si esa selección es apropiada y lo más objetiva posible, orientada a las necesidades que originan y justifican la evaluación. (Uranga, 2011; pág.96)

El proceso de evaluación necesita detectar un problema o fenómeno, buscar y obtener la información en torno a la realidad que rodea al problema o fenómeno, aplicar un criterio contra el cual sea posible comparar los datos o la información obtenida, para luego juzgar la situación y obtener las debidas conclusiones, finalmente tomar una decisión y actuar aplicándola en la realidad.

### **1.3 Cultura**

La cultura trasciende toda la historia humana, cada época le ha dado su sentido y pertenencia, sentidos aún vivos en la actualidad, esenciales para el desarrollo de la vida en sociedad; la cultura y su capacidad de evolucionar y mantenerse intacta ha permitido encontrar a los seres humanos un espacio con un sentido de pertenencia y representación en este mundo lleno de matices.

Debe ser vista como una construcción social, construida por todos los procesos históricos de la humanidad, que hace posible que el hombre pueda concebirse como diferente de los demás componentes de la naturaleza, y como un individuo con historia y pertenencia. A través de la cultura se percibe la vida y se construye las herramientas para actuar y expresar las costumbres, modos de vida y conocimientos de un grupo social determinado.

Hablar de construcción social es hablar de un encuentro con los demás, en consecuencia es hablar de un diálogo permanente entre los seres humanos, con la finalidad de ir estructurando el sentido de su existencia y presencia en la vida.

En su sentido más amplio, la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (Villoro, 1985, pág.177)

La cultura tiene dos campos, las manifestaciones y las representaciones. Las manifestaciones son los aspectos observables, materiales y perceptibles al hablar de cultura. Se manifiestan a través de objetos, prácticas, sujetos, palabras, actitudes. Mientras que las representaciones son aspectos no evidentes, no palpables; relacionados con los imaginarios, la cosmovisión y las mentalidades que hacen posible la creación de valores, ideas, creencias, sentidos, significados y significaciones.

El campo de las manifestaciones corresponde a los objetos, artesanías, música, danza, comida, vivienda, las prácticas productivas, los juegos, la lengua, las prácticas y discursos sociales, a través de cuya producción y circulación se dan las diversas formas de comunicación de auto comprensión e interpretación de una sociedad.

El campo de las representaciones está sujeto a un proceso de historicidad de más larga duración, pues es allí donde se estructuran matrices que son más permanentes y cuyo proceso de cambios en la historia es mucho más lento, lo que hace que la cultura sea parte de procesos de más larga duración histórica. (Guerrero, 2002, pág.79)

La cultura es parte de nosotros, nuestra historia y nuestro presente se va tejiendo conjuntamente con la pertenencia y sentido de lo que somos, es decir, con la cultura. Sin

duda, la cultura no solo nos ha brindado la oportunidad de llegar a ser lo que somos; se ha convertido en el fundamento de lucha de los pueblos que cada día construyen sus proyectos y utopías futuras y posibles, que cada día intentan mantener vivas sus representaciones y manifestaciones de cultura. Es necesario fortalecer el respeto y valor por todas las construcciones culturales, para lograr mantener un encuentro con los demás y con la vida.

Existe una diversidad cultural, con una historia y mirada distinta de la vida, sin embargo, esta diversidad en ciertos espacios no es valorada y respetada, al contrario se intenta negar esa diversidad sobreponiendo una cultura de "poder" sobre todas las distintas expresiones que se puedan construir a partir de una realidad específica. Reconocer esta diversidad implica respetar, afirmar y valorar las distintas percepciones de la vida, teniendo presente y arraigada nuestra propia cultura.

En el marco de la relación entre los pueblos indígenas y los estados, el reconocimiento de la diversidad incluye, como un asunto central, la convivencia de diversos conjuntos culturales, cada uno de los cuales dotan de identidad a los diversos pueblos indígenas y sirve de soporte de su reproducción social y material. (Fondo Indígena, 2006, párr.3)

Este reconocimiento de lo diverso es una afirmación de la existencia de "sí mismo" y de un "otro", que nos ofrece la posibilidad de observar cada uno de sus rasgos distintivos, de crear una experiencia de aprendizaje mutuo y de considerar como única y enriquecedora la diferencia entre culturas.

### **1.3.1 Cultura y Comunicación**

Hacer comunicación significa incluir a la cultura. Tanto la cultura como la comunicación son dos piezas claves para la organización social. La cultura está vinculada con la forma de ver y sentir la vida; y la comunicación, con la capacidad de entender, aprender y comprender esas formas de ver y sentir la vida.



Escuchar y aprender de la palabra de las personas resulta una estrategia comunicativa y cultural, pues permite saber cómo lograr un encuentro con el otro, un encuentro que permita diálogo y participación; y no termine como una simple transmisión de información.

La cultura se construye a partir de la interacción diaria de las personas, continuamente está evolucionando, adaptándose o distanciándose de los cambios de la sociedad, todo esto a partir de una necesaria y vital comunicación con su entorno. Como individuos y como comunidad, necesitamos intercambiar información, expresar nuestras emociones, compartir las experiencias de vida. La cultura es, en este sentido, es una forma de producción que ayuda a los actores humanos, a través de la utilización del lenguaje y otros recursos materiales, a transformar la realidad (Giroux, 1990, pág.167).

Pensar a la comunicación desde la cultura implica dejar de pensar exclusivamente desde los medios, para partir desde la posibilidad de que la comunicación nos puedes ofrecer mediaciones que logren no un conocimiento de la cultura, sino un reconocimiento.

Algo radicalmente distinto se produce cuando lo cultural señala la percepción de dimensiones inéditas del conflicto social, la formación de nuevos sujetos y formas de rebeldía y resistencia. Una conceptualización de la cultura que no se enfrenta a la existencia de esa otra experiencia cultural [...] en su existencia múltiple y activa, no sólo en su memoria del pasado, sino en su conflictividad y creatividad” (Martín Barbero, 2001, pág. 226-227).

La comunicación más que un espacio para la transmisión de información, es un espacio para el reconocimiento a partir del entendimiento y comprensión con los otros.

### **a) Identidad**

La Identidad es lo que nos permite decir quiénes somos, a partir de la construcción de algo concreto, la cultura. La identidad es un asunto discursivo, que nos permite decir nuestra pertenencia y nuestra diferencia.

Su construcción colectiva e individual es a partir de la selección de ciertas características que definen lo que es una persona, ese “ser” que permite decir, pensar y actuar como alguien específico.

Los rasgos diacríticos son factores muy importantes para dirimir la confrontación de nuestras diferencias con los otros. Son los factores diferenciadores los que muestran pertenencia y diferencia, los que nos hacen ser parte de un grupo y por lo tanto ser diferente de otro. (Guerrero, 2002, pág. 104)

Estos rasgos diacríticos se encuentran en la lengua, la raza, el vestido, la música, la comida, las artesanías, los bailes, etc., por ejemplo: quienes hablan quichua les permite decir que son quichuas. La identidad se puede caracterizar por distintas razones, pero esencialmente es distintiva y diferencial, sometida a una construcción y reconstrucción permanente. Siendo así, la identidad es el resultado de la identificación de una variedad de individuos con un colectivo social que los une e identifica a través de representaciones y manifestaciones que les permite tener un sentido de pertenencia, que les permite decir quiénes son.

### **1.3.2 Comunicación Intercultural**

Las sociedades que interactúan usan el tiempo y el espacio, es decir, las relaciones humanas, su medio ambiente, las tecnologías, etc., con la finalidad de construir modos de vida que poco a poco vayan definiendo su cultura, entre las demás.

Si comunicar es poner en común, cualquier proceso comunicativo presupone, simultáneamente, la existencia y la producción de un código compartido y de una diferencia. Hay cosa que hacen sentido para determinadas culturas y ni siquiera se constituyen significantes para otras. Y, evidentemente, hay signos que hacen sentido en diferentes grupos y sociedades, pero de maneras distintas cuando no opuestas. (Grimson, 2001, pág. 55)

Es real y necesario el contacto entre las culturas, un contacto lleno de colores, sabores, palabras, sonidos, etc. Sin embargo, es un desafío para la comunicación establecer diálogo entre una variedad infinita de culturas sin tener presente la posibilidad de terminar en espacios vacíos, sin interacción, sin un encuentro con el otro. No obstante la comunicación ofrece una variedad de herramientas útiles para evitar que un encuentro intercultural no sea posible la interacción entre culturas.

Esta perspectiva de reconocimiento de la pluralidad que nos habita, afirma la idea de democracia y su importancia en la acción política y cultural. Voces y sentires múltiples merecen ser visibilizados porque son dignos y deben poseer una palabra pública. Un sentimiento pluralista que supone una actitud y valoración respetuosa de lo diverso, posibilitando tolerancias mutuas y convivencias públicas, impregnadas de dialogo e interacción, en las cuales el otro tiene un lugar significativo para el “nosotros”. (Alfaro; 2006:154)

#### **1.4 Desarrollo**

Se entiende al desarrollo como un proceso cuyo objetivo es el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de un determinado sector, en ámbitos como el educativo, salud, laboral, cultural, ambiental, económico, etc.

El desarrollo es una opción que reconoce problemas y soluciones en ámbitos como lo social, tecnológico, político, económico, etc.; sin embargo este trabajo de tesis se

enmarcará en lo social y económico, para fortalecer la estructura organizativa de este grupo de personas con esta iniciativa de turismo comunitario organización para generar beneficios a nivel económico que permitan mejorar las condiciones de vivienda, de salud, de educación y económicas de estas personas y de la comunidad de San Clemente.

Históricamente, la acepción del desarrollo tiene una carga significativa contraria a la propuesta por la modernidad y las leyes del mercado que supuestamente debían ir resolviendo espontáneamente problemas de diferente tipo y generando progreso. (Alfaro, 2006, pág.14)

El desarrollo es un proceso de reconocimiento a la intervención humana en el mejoramiento de su realidad, a través del reconocimiento de sus limitaciones y potencialidades como sociedad. El desarrollo ya no es alternativa, el desarrollo se ha convertido en una herramienta que construye continuamente el modelo de sociedad deseado basándose en el dialogo entre la práctica y lo teórico.

#### **1.4.1 Comunicación para el Desarrollo**

La Comunicación para el desarrollo constituye un encuentro complejo entre la comunicación y el desarrollo hacia la solución de las necesidades de la sociedad. La comunicación para el desarrollo es un proceso de crecimiento y participación constante de la población, enfocados en alcanzar fines determinados en beneficio de los individuos.

La comunicación para el desarrollo supone una búsqueda de cambios beneficiosos para la sociedad, que mejoren la calidad de vida, priorizando la participación colectiva de quienes la integren; y procurando unificar lo colectivo con lo individual, y lo objetivo con lo subjetivo.

Construir desarrollo con el aporte de la comunicación es un proceso de transformación complejo, no lineal ni simplificado, de encuentros

múltiples, de resolución permanente de conflictos, de consecución de logros y de superación de dificultades, de camino procesual y en realidades históricamente situadas, en espacios diversos individuales, grupales, locales, regionales, internacionales, sectoriales, parciales o globales. (Contreras, 2000, pàg.18).

La comunicación para el desarrollo se hace en la práctica de las acciones plasmadas en planes y proyectos relacionados con la identidad cultural, medio ambiente, salud, tecnología; es decir, no existe comunicación para el desarrollo sin procesos sociales que no contemplen espacios de participación.

La construcción del desarrollo parte de la realidad, pero tiene un horizonte cuyo recorrido y arribo, con la incorporación de la comunicación implica la participación de los seres humanos en relación; de los seres humanos en actitud y practica transformadora; de las instituciones y las organizaciones en un compromiso social por la humanidad con todos sus derechos y dignidades. (Contreras, 2000, pág.19).

La comunicación aparece como una herramienta del desarrollo para crear inclusión basada en la interlocución entre comunidades, respetando las diferencias; y sobretodo haciendo públicos los cambios que determinen las decisiones y actividades. Tiene un papel motivador y de autocrítica sobre el trabajo que se está realizando, a través de un dialogo que permita evaluar lo que se hizo, lo que se hace y lo que se puede hacer.

#### **1.4.1.1 Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático**

Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático, es uno de los modelos de desarrollo que propone Luis Ramiro Beltrán. Una relación, comunicación y desarrollo, que propicia y prioriza la participación protagónica de la población.

Al expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base, el desarrollo debe asegurar, además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos, y el gobierno de la mayoría. (Beltrán, 1995, pág.1)

#### **1.4.1.2 Tecnologías de información y comunicación (TIC) en el desarrollo**

Posibilitan la oportunidad de generar desarrollo al tener la capacidad de brindar relaciones a través de la red con personas o lugares lejanos de nuestro espacio geográfico. Significa utilizar todas las herramientas que el campo virtual presenta actualmente para difundir o compartir información.

A pesar de su gran utilidad es necesario utilizar las TIC a nivel comunicativo y no únicamente informativo, a través de la creación de sentidos, objetivos y métodos comunicativos.

#### **1.4.2 Desarrollo a Escala Humana**

Este desarrollo se concentra y sustenta en la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales, en la generación de niveles crecientes de auto dependencia y en la articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología, de los procesos globales con los comportamientos locales, de lo personal con lo social, de la planificación con la autonomía y de la sociedad civil con el Estado. (Manfred, 1993, pàg.26)

Las necesidades humanas, la auto dependencia y las articulaciones orgánicas, son los pilares fundamentales que sustentan al desarrollo a escala humana. Este pilar se construye a través de la creación de verdaderos espacios de participación que permitan

convertir en protagonistas a las personas, logrando una transformación de la persona-objeto a persona-sujeto.

El desarrollo a Escala Humana apunta hacia una necesaria profundización democrática, que conlleve a una intervención de los individuos más directa y participativa en el cambio del rol paternalista por parte del Estado, especialmente en Latinoamérica, con la finalidad de construir soluciones y propuestas más concretas y cercanas a la realidad de las personas.

#### **1.4.2.1 Micro-organizaciones**

La racionalidad de estas micro-organizaciones puede estar determinada por la necesidad de supervivencia en el macro de crisis agudas, por la falta de oportunidades brindadas en la moderna economía de mercado, o por una alternativa consciente asumida frente a la disciplina y jerarquía dominantes, tanto en el empleo del sector formal como en la tradición histórica general. (Manfred, 1993; pág.96)

Este tipo de organizaciones han surgido de la necesidad de crear ambientes distintos a los tradicionales, como el trabajo asalariado con un entorno hostil y de presión. Intentan buscar nuevas experiencias impulsadas por la solidaridad y participación por parte de quienes integren esas organizaciones.

Las micro-organizaciones tienen limitantes y potencialidades, una de esas es la autodependencia. Su autodependencia está determinada por la forma en que se insertaron en el mercado, no obstante, mantenerse de manera permanente autodependientes es una utopía. Es importante la relación con otros sujetos y organizaciones, pues la autodependencia está definida por un proceso de relaciones que brinden la posibilidad de financiar, colaborar y aportar de manera positiva al crecimiento de la organización.

#### **a) Más allá de los recursos económicos**

Existen recursos convencionales y no convencionales dentro de estas micro-organizaciones, los primeros se agotan en la medida en que lo utilicen, un ejemplo es el recurso económico; mientras que los no convencionales se agotan cuando no son utilizados. Estos movimientos u organizaciones no se limitan únicamente en preservar y alcanzar los recursos económicos, es necesario pero no vital. Entre sus recursos se pueden ubicar como la conciencia social, la cultura y la capacidad de gestión, la creatividad popular, el compromiso, las capacitaciones, la solidaridad y la cooperación.

Sin embargo, es importante que exista una complementación entre los recursos convencionales y no convencionales, pues al fortalecer y potenciar lo no convencional se logra un mejor manejo y distribución del recurso convencional, en la mayoría de casos, lo económico.

#### **1.4.3 Desarrollo Local**

El desarrollo local es un proceso continuo de aprovechamiento eficiente de las potencialidades internas y externas de un territorio, donde además de la participación de las autoridades, es necesaria y vital la participación de la población o comunidad.

Uno de los objetivos principales del desarrollo local es aprovechar eficientemente los recursos limitados de un territorio para luego distribuir los logros económicos entre los individuos de su población, beneficiando y aportando el crecimiento económico y las oportunidades a nivel local.

Para que pueda darse un desarrollo local es necesario tomar en cuenta ciertas recomendaciones:

- El desarrollo local no es sólo endógeno, muchas iniciativas de desarrollo local se basan también en el aprovechamiento de oportunidades de dinamismo exógeno.



Lo fundamental es aprovechar dichas oportunidades externas dentro de una estrategia de desarrollo decidida en el nivel local.

- El desarrollo local no se limita exclusivamente al desarrollo económico local, se trata de un enfoque en el cual deben considerarse igualmente los aspectos ambientales, culturales, sociales, institucionales y de desarrollo humano del ámbito territorial respectivo.
- El desarrollo local contempla la participación del sector empresarial en cuanto constituye sustancialmente al desarrollo económico de una localidad.
- El desarrollo debe considerar la integridad entre lo urbano y lo rural porque ambos conforman un conjunto de funciones económicas y sociales relacionadas, ya que el medio rural precisa de insumos, maquinaria, manufactura, servicios suministrados desde el medio urbano. Además, el medio rural necesita de los mercados urbanos para la venta de sus productos. (Aguirre; 2008)

El factor que determina el desarrollo local es el recurso humano. Este debe ser utilizado eficaz y eficientemente, así como también debe presentarse competente con habilidades y destrezas para asumir el proceso de desarrollo local con compromiso, respeto y participación activa, frente a las decisiones y actividades que se tomen en beneficio de la localidad.

#### **1.4.3.1 Comunidad y Acción Colectiva**

Se trata de crear vínculos y compromisos a nivel comunitario, espacios para que todos puedan expresarse y ser protagonistas, se trata de ser solidarios con quienes comparten nuestro entorno. No es posible pensar en una socialización desde el individuo, sino desde el colectivo.

Es necesaria una comunicación que trabaje procurando una alianza permanente entre individuos y comunidad.

#### **1.4.3.2 Autogestión Comunitaria y Asociatividad**

Cada individuo es individual y grupalmente un sujeto social y culturalmente activo, lleno de experiencias y conocimientos propios de las relaciones con su entorno, que pueden convertirse en los medios más oportunos y eficaces para cambiar y mejorar sus condiciones de vida.

Así, se valora la Asociatividad humana como fuerza de transformación. Totalmente opuesta a las relaciones clientelistas de ciertos populismos latinoamericanos; o a una visión centrada en cambios exteriores de conducta que no consideran los diálogos interculturales y las transformaciones subjetivas dentro de un proceso de acción de más largo alcance. (Alfaro; 2006:48)

Esta gestión se entiende como capacidad de una sociedad para producir redes articuladoras de los esfuerzos e iniciativas internas de una población, que a través sus representaciones y manifestaciones culturales van estructurando su trabajo en base de la solidaridad, equidad y cooperación.

### **1.5 Turismo**

El turismo es una actividad multisectorial genera diversos beneficios en distintos niveles de la sociedad. En lo social está dirigido a satisfacer las necesidades de las personas, en el ámbito económico es capaz de generar ganancias a nivel local y nacional, en lo cultural permite mostrar y conocer la cultura de realidades distintas, y en lo educativo puede ser un medio de formación personal e intelectual.

El turismo como actividad económica representa una oportunidad de crecimiento y desarrollo, en distintos ámbitos, para aquellos lugares que quieren hacer del turismo su actividad y una ventana abierta para mostrar su cultura y su entorno.

### **1.5.1 Turismo en el Ecuador**

Una variedad de fauna, flora, cultura, gastronomía y paisajes hace que el Ecuador sea un sitio ideal para la actividad turística. Actualmente, el país tiene grandes expectativas en cuanto a esta actividad, por su capacidad de dinamizar la economía, de generar inversión local y extranjera y de desarrollar infraestructura; por tal razón el actual gobierno está apoyando e invirtiendo ampliamente en esta actividad, considerándolo como un potencial eje económico del país.

Como organismo de coordinación entre el Estado y la actividad de turismo se encuentra el Ministerio de Turismo, quien se encarga de regular, coordinar y fortalecer los esfuerzos que se realicen, por los distintos actores, en pro de esta actividad. Existen programas y servicios por parte de este ministerio encaminados a brindar oportunidades para mejorar en distintos ámbitos esta actividad, y así brindar un buen servicio a nacionales y extranjeros. Los programas y servicios ofertados por el ministerio están enfocados a áreas específicas del turismo propio del Ecuador, además, aporta con una gran promoción a nivel nacional e internacional, a través de programas de tv y ferias internacionales, los lugares que el Ecuador tiene en todas sus provincias para mostrar; brindando así la oportunidad a todos quienes quieren hacer del turismo una actividad de desarrollo y de cultivar la cultura ecuatoriana.

Uno de los programas que desarrolla el Ministerio de Turismo y que tiene relación con este trabajo es "Consolida, Turismo Comunitario", el cual pretende mejorar el producto turístico comunitario mediante el apoyo directo de esta entidad pública a las comunidades que desarrollan actividades turísticas. A través de asistencia técnica, capacitaciones, créditos para mejorar las condiciones del lugar, promoción y difusión.

## **1.5.2 Turismo Rural - Comunitario**

### **1.5.2.1 Turismo Rural**

El Turismo Rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural fuera del espacio urbano, pequeñas localidades menores a los 1.000 o 2.000 habitantes. Las instalaciones suelen ser propias del lugar que han sido reformadas y adaptadas para poder realizar la actividad del turismo. Son dirigidos familiarmente y procura ofrecer un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios.

Esta actividad realizada por habitantes de zonas rurales permite a los visitantes tener contacto activo y directo con la población local en un espacio de respeto por el entorno y la cultura local.

El turismo rural ofrece una variedad de actividades como: Agroturismo, turismo ecológico, deportivo, religioso, de negocios, científico y otras muchas más.

El Turismo Rural debe ser compatible con el desarrollo sostenible, pues esto implica aprovechar y preservar de manera óptima los recursos y la integración de la población, frente al concepto de máxima rentabilidad.

El turismo rural reside en gran parte en aspectos relacionados con las capacidades del habitante rural para relacionarse con los turistas, es decir, capacidad de comunicarse con el visitante por medio de la palabra, actitudes, a través del entorno y las actividades propias del medio rural, como también en la capacidad del habitante rural para distanciarse de su propia ruralidad, con la finalidad de comprender mejor lo que ellos esperan y poder entregarlos así sin complejos ni restricciones. (Gonzales; 2008:4)

### **1.5.2.2 Turismo Comunitario**

Turismo comunitario, un modo de hacer turismo y de equilibrar las dimensiones medioambientales y culturales de una zona, con la finalidad estructurar una organización anclada a las comunidades que gestione el desarrollo de la población.

El turismo comunitario es una forma de gestión del turismo que aúna tres perspectivas fundamentales: una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales, la búsqueda de sostenibilidad integral (social y natural), y el control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades. (Ruiz, Solís; 2007:5)

A partir de los años ochenta el turismo comunitario se ha convertido en el Ecuador en una actividad estratégica para muchas comunidades ya que posibilita diferentes procesos:

- Promoción socioeconómica de comunidades en situación vulnerable en ámbitos como lo social, económico y cultural.
- Intercambio Cultural con contextos e identidades diferentes, con la intención de lograr un aprendizaje mutuo.
- Desarrollo de actividades económicas sustentables desde el punto de vista ambiental, este tipo de turismo tiene a la naturaleza como uno de sus principales pilares de atracción.
- Autogestión y desarrollo endógeno a través de la participación y el aprovechamiento eficiente de los propios recursos.

Es necesario resaltar la diferencia entre organización empresarial y organización comunitaria, pues la particularidad del turismo comunitario radica en el concepto

“comunidad” donde la gestión y la organización autónoma son las que gestionan el desarrollo en lo social, cultural y económico de las comunidades que realizan esta actividad. Sin embargo, este concepto no se aleja totalmente del mercado, lo mira como un espacio en el que tendrá lugar esta actividad de turismo, mismo que deberá complementarse a la comunidad y sus formas organizativas.

En este sentido el Turismo Comunitario se entendería mejor desde la economía social y las economías populares (formas organizativas) que desde el sector turístico tal cual (objeto de la actividad), ya que su elemento definitorio es su organización comunitaria. (Ruiz, Solís; 2007:8)

Los efectos de esta actividad ligada al desarrollo local son específicamente tres: mejora de la calidad de vida y medioambiental, y la defensa de las minorías étnicas.

- Calidad de vida: procura mejorar las condiciones de vida de todos sus miembros, es una alternativa que intenta frenar la migración y sobretodo representa una oportunidad de vivir en comunidad.
- Mejora medioambiental: la vinculación entre turismo comunitario y la naturaleza como objeto turístico implica una práctica de conservación de su entorno.
- Defensa de minorías étnicas: para las organizaciones o asociaciones que se encuentran desarrollando turismo comunitario, esta actividad se ha convertido en una herramienta de reivindicación sobre sus territorios, cultura y recursos.

### **1.5.2.3 Turismo Rural Comunitario**

El Turismo Rural Comunitario es una herramienta de desarrollo para aquellas comunidades rurales que cuentan con el potencial y la capacidad de ofrecer este tipo de turismo y de competir con otros atractivos de alta calidad. Articula recursos naturales y culturales, historia, identidad, autenticidad y sobretodo la participación local.

El turismo rural comunitario (TRC) tiene su origen en la costumbre que tenían nuestros familiares de visitar a sus parientes fuera de la capital, o bien de provincia a provincia; actividad que realizaban los fines de semana, en época de vacaciones o en Semana Santa.

En un primer momento, el turismo rural se identificó con el tipo de alojamiento que se ofertaba, el cual era en casas de familias. Posteriormente, el desplazarse al medio rural con la finalidad de disfrutar del paisaje y el entorno, se convirtió en referente y principal motivación del turismo rural. (Fontana, Alba Sud; 2008)

El turismo rural comunitario se desarrolla como parte de una dinámica comunitaria donde se articula el producto turístico con la participación de varias familias o de la comunidad en su conjunto, con la finalidad de alcanzar beneficios para las familias y la comunidad en general.

### **1.5.3 Turismo Sustentable**

Su objetivo es conducir el manejo de todos los recursos hacia un estado en el que puedan satisfacer las necesidades económicas y sociales; y a la vez conservar y cuidar a través de procesos ecológicos esenciales su diversidad biológica y los sistemas que mantienen su entorno; posibilitando así el surgimiento de oportunidades en un futuro.

En 1993, en la Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible, la Organización Mundial de Turismo (OMT) en el documento titulado *Tourismtheyear 2000 and beyond* qualitative aspects definió el concepto de Turismo Sostenible:

“El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas,

respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida".

El turismo sostenible exige la participación de todos los actores para lograr garantizar una sostenibilidad económica, social y medioambiental del turismo y del sector, tanto para contribuir al desarrollo de esta actividad y de los involucrados, como para la viabilidad presente y futura de este sector.

La relación entre el turismo y el medio ambiente es vital, conlleva a beneficios integrales, permanentes y mutuos entre la Naturaleza que es el entorno en el que se realiza y posibilita esta actividad y el progreso de quienes hacen del turismo una actividad económica encaminada a proporcionar y mantener el bienestar económico y social de la localidad.



## **CAPÍTULO II**

### **DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL PARTICIPATIVO**

#### **2.1 Introducción**

Pukyu Pamba es una iniciativa de turismo comunitario, ubicada en la comunidad de San Clemente de la parroquia de la Esperanza de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Esta iniciativa empezó hace 15 años con el aporte económico y humano de sus integrantes y de los turistas quienes visitan este rincón de la provincia.

Esta iniciativa inició únicamente con tres familias del sector, actualmente son 16 familias, pertenecientes a la Comunidad de San Clemente que tiene aproximadamente 700 habitantes. Evidentemente, la cantidad de habitantes que forman parte de esta iniciativa de turismo es muy pequeña en relación al número total de habitantes, situación que se deberá analizar en el diagnóstico.

Pukyu Pamba no se encuentra legalizada como una microempresa u organización formal, lo que limita sus actividades y la posibilidad de recibir beneficios como una organización legalmente reconocida. La razón a esta realidad, por respuesta de la mayoría de sus integrantes, es que existen varias trabas en el proceso de legalización y por eso han optado en que dos representantes, los fundadores, a través de su ruc sean los canales por los que todos los integrantes pueden realizar las actividades sin evadir obligaciones.

Este diagnóstico trabajó a nivel interno y externo identificando las fortalezas y debilidades generadas a nivel comunicacional, con la finalidad de buscar y establecer las mejores alternativas para mantener y fortalecer los aspectos positivos, y solucionar los problemas resultantes de las debilidades presentes.

Algunos datos fueron tomados del Plan de Ordenamiento Territorial de la Parroquia de la Esperanza 2008, parroquia de la cual es parte la comunidad de San Clemente, donde está ubicado Pukyu Pamba.

## **2.2 Metodología**

Toda investigación cualitativa o cuantitativa, tiene dos puntos básicos y elementales para tomar en cuenta en las actividades a realizar en una investigación. Los dos centros fundamentales de una actividad consisten en:

- Recoger toda la información necesaria y suficiente para alcanzar esos objetivos, o solucionar ese problema.
- Estructurar esa información en un todo coherente y lógico, es decir, ideando una estructura lógica, un modelo o una teoría que integre esa información. Analógicamente, podríamos decir que todo depende o se apoya en dos pilares centrales, como penden o se apoyan todos los componentes de un puente colgante en sus dos pilares. (Martínez, 2006)

Para este diagnóstico comunicacional participativo se empleó la metodología cualitativa. La metodología utilizada permitió identificar a profundidad la naturaleza de esta realidad, específicamente aquella que es la razón de los comportamientos y manifestaciones.

La metodología cualitativa nos brinda una aproximación interpretativa y comprensiva de los procesos sociales, culturales, educativos, económicos y políticos presentes en una realidad. Esta metodología priorizó la interacción con el entorno y los actores con el objeto de que el conocimiento de los mismos sea parte fundamental en la elaboración del plan de comunicación.

Los métodos utilizados fueron la observación participante, notas de campo, entrevistas a profundidad y talleres grupales.

## 2.3 Plan de Acción

**Tabla 1** Plan de Acción

<i><b>QUÉ</b></i>	<i><b>¿Cuáles son los principales problemas de comunicación que existe en Pukyu Pamba, sus causas, efectos y posibles soluciones?</b></i>		
<i><b>CÓMO</b></i>	Reunión de presentación	Reunión con todos los integrantes de la iniciativa	Entrevistas personales
<i><b>DÓNDE</b></i>	Casa del Sr. Juan Guatemala (dirigente)	Patio de la casa del Sr. Ramiro Túquerrez	Hogar de cada familia
<i><b>QUIÉNES</b></i>	Dirigentes y Directiva	Representantes de las familias	Madres y padres de la casa
<i><b>CON QUÉ</b></i>	Presentación Power Point, cuaderno de anotaciones	Trípticos, cuaderno de anotaciones	Cuaderno de anotaciones
<i><b>CUÁNDO</b></i>	30 – 03 – 2013	13 – 04 – 2013	20 – 04 – 2013 29 – 04 – 2013

*Fuente:* Espinoza. J & Pacheco P. (2012). *Matriz plan de acción.*

## 2.4 Estudio de caso

Para realizar este estudio de caso se empleó el método de entrevistas informales a las 16 familias que integran Pukyu Pamba, y el método de observación participante para las reuniones con la directiva.

Pukyu Pamba está ubicado en la comunidad de San Clemente de la parroquia La esperanza, de donde pertenezco. Cuando tenía 10 años a través de una invitación por parte de Manuel Guatemala, hermano menor de Juan Guatemala, quien inició este

proyecto; conocí junto a mi familia los servicios turísticos que 2 años atrás habían empezado a brindar. Conocer el esfuerzo y las ganas que tenían por mostrar su entorno y su cultura a través del turismo fue el motivo principal que impulso trabajar mi tesis con Pukyu Pamba.

Juan Guatemal tuvo la oportunidad de viajar a Dinamarca por cuestiones políticas, pues pertenece al partido político Pachakutik, donde conoció algunas iniciativas de turismo comunitario que intentaban mostrar su cultura y su entorno a través de esta actividad.

Fue así, junto a su hermano Manuel Guatemal, como empezó Pukyu Pamba, exactamente en el año 2008. Realizaron un préstamo y adecuaron sus hogares para poder brindar el servicio de turismo. A través de contactos en Dinamarca es como recibieron sus primeros turistas. Han pasado aproximadamente 15 años y ahora son 16 familias que forman parte de Pukyu Pamba.

Al empezar con este trabajo se planificó con Juan Guatemal varias reuniones con las personas que formaban parte de la directiva, para informarles el trabajo que se quería hacer con ellos.

Se efectuaron 4 reuniones, dos con la directiva del 2012 y dos con la nueva directiva, en cada reunión se evidencio distintos puntos de vista.

- **Primera y segunda reunión:**

La primera reunión la realice únicamente con Juan Guatemal y me comentó como inicio Pukyu Pamba:

Juan Guatemal tuvo la oportunidad de viajar a Dinamarca por cuestiones políticas, pues pertenece al partido político Pachakutik, donde conoció algunas iniciativas de turismo comunitario que intentaban mostrara su cultura y su entorno a través de esta actividad.

Fue así, junto a su hermano Manuel Guatemal, como empezó Pukyu Pamba, exactamente en el año 2008. Realizaron un préstamo y adecuaron sus hogares para poder brindar el servicio de turismo. A través de contactos en Dinamarca es como recibieron sus primeros turistas. Han pasado aproximadamente 15 años y ahora son 16 familias que forman parte de Pukyu Pamba. Posterior a eso se explicó el trabajo que quería hacer para construir el plan de comunicación, se recalcó que tenía que ser conjuntamente y de forma participativa con todas las familias. Me supo indicar que necesitaría comentarles y consultarles a todos los integrantes si estaban dispuesto a colaborar, por tal razón planeamos otra reunión con la directiva.

La segunda reunión fue con la directiva del 2012 donde me supieron indicar que la directiva sería cambiada, pues cada año eligen una nueva y por lo tanto debía trabajar con la que fuera elegida. Nuevamente se planeó una fecha para la próxima reunión con la nueva directiva.

- **Tercera y cuarta reunión:**

El objetivo de estas dos nuevas reuniones era conocer si estaban dispuestos a trabajar y saber de manera más amplia como la directiva ve a la iniciativa, que problemas ellos consideran que existen y principalmente el manejo el tema de la comunicación.

Susana Pupiales quien es la actual presidenta presidió esta reunión, también estuvo Juan Guatemal y el secretario Raúl Guatemal. Se explicó sobre que es el plan de comunicación, la forma en la que se trabajaría y el beneficio para su iniciativa. Nuevamente me pidieron una nueva reunión, necesitaban comentarles y consultarles a todos los integrantes. Demostrando que la decisión y opinión de todos es importante antes de tomar cualquier decisión.

En la cuarta reunión estuvieron presentes Susana Pupiales, Juan Guatemal y Raúl Guatemal, quienes manifestaron el interés y la predisposición para trabajar en la elaboración del plan de comunicación. En toda la reunión evidencie mucho respeto en el

momento de intervenir y una cierta incomodidad al saber sobre mi primera reunión personal con Juan Guatemal, pidiéndome que cualquier cosa que vaya a realizar la planifique con la directiva, ya que no trabaje de manera individual con un solo integrante.

Mencionaron la gratitud y satisfacción por el apoyo brindado a través de esta iniciativa creada por Juan Guatemal y su hermano, aludiendo que todos quienes forman parte de Pukyu Pamba están satisfechos del trabajo realizado durante estos años de sacrificio, esfuerzo y constancia; a pesar de que los beneficios económicos no son los esperados.

Para Juan Guatemal el objetivo de esta iniciativa es brindar posibilidades de desarrollo para su comunidad y sus habitantes, pero considera que necesitan mayor apoyo, inclusive de la comunidad, para seguir trabajando.

Me comentaron que podían ser parte de Pukyu Pamba cualquier persona que esté dispuesta a trabajar, por eso tenían familias que eran muy pobres, como madres solteras y viudas. Sin embargo, están conscientes de que necesitan mayor apoyo económico para mejorar sus servicios y la falta de promoción de su trabajo, mencionando que les gustaría que el Ministerio de Turismo vaya a visitarles y les brinde apoyo.

Sobre la experiencia de hacer turismo comentan que ha sido una buena oportunidad para aprender y conocer otras culturas y sobretodo enseñar su cultura y su forma de vida. Consideran que el turismo extranjero es mejor que el nacional, por el valor que dan a sus prácticas, por eso creen que tiene mayor turismo extranjero y no nacional.

Me supieron indicar que eran una organización y que este era un proyecto elaborado de manera técnica. No obstante, note que existía un poco de desconfianza, algo normal, por lo no se trató los temas a profundidad. Posterior a esto se planificó una reunión con todos los integrantes y las visitas a cada familia para conocer personalmente a cada uno de los integrantes y adquirir mayor confianza sobre mi trabajo

- **Reunión Grupal**

Esta reunión se realizó en medio de una minga para arreglar la entrada de una casa. Situación que me pareció particular y que considere conocer los detalles antes de iniciar con la reunión. Me indicó la presidenta que estas mingas eran habituales y con todos los integrantes para ayudar a mantener en buenas condiciones los servicios de cada hogar como por ejemplo: la entrada a cada hogar, la decoración de los jardines y la elaboración y cuidado de las chimeneas.

Para esta reunión se preparó una exposición a través de unos trípticos que explicaban a manera de resumen sobre el plan de comunicación, pero lamentablemente 3 personas no sabían leer. A partir de lo sucedido empecé a planificar mis actividades tomando en cuenta los factores y las condiciones del sector.

Se observó poca participación en las mujeres a diferencia de los hombres quienes se mostraron muy abiertos al expresar sus opiniones. Mencionaron que están contentos con el trabajo realizado, que es necesario seguir trabajando a pesar de no tener apoyo y ser autofinanciada la iniciativa, que a través de esta oportunidad han aprendido a trabajar en grupo y en beneficio de todos.

En el momento que mencione sobre la posibilidad de necesitar información como el número de turistas, las agencias de turismo y las ganancias el señor secretario Raúl Guatemal contestó que ellos habían quedado de acuerdo en no dar ese tipo de información por motivo de malas experiencias en el pasado, donde después de haber facilitado esa información ellos no recibieron nada de lo ofrecido; además un integrante de Pukyu Pamba después de años de trabajo decidió separarse y ser la competencia de sus compañeros.

Quedaron con mucha expectativa en la elaboración y ayuda que el plan de comunicación les podría brindar, de manera muy amable me ofrecieron sus números de teléfono para acordar las fechas de las visitas a cada familia.

- **Visitas y entrevistas**

Estas visitas se realizaron dos veces, la primera fue para presentarme de manera personal y para conocer la ubicación de cada hogar y para tener una pequeña conversación respecto a mi trabajo de tesis. Me recibieron muy amables pero sólo 13 familias, a las tres restantes se les presento inconvenientes o se les había olvidado.

La segunda visita se enfocó únicamente a realizar las entrevistas informales. Me recibieron 14 familias y las entrevistas se dieron de buena manera y muy poco se notó la estructura de una entrevista, inclusive en algunas familias se formó una linda y productiva conversación. En 5 familias me recibieron solo las mujeres de la casa.

Las preguntas realizadas fueron:

- ¿Hace cuánto tiempo forma parte de Pukyu Pamba?
- ¿Cómo considera el trabajo de Pukyu Pamba?
- ¿Qué espera usted con esta iniciativa?
- ¿Qué cree que le hace falta a Pukyu Pamba?

En las 4 preguntas las respuestas de todas las familias tuvieron muchas relaciones.

Las respuestas de la primera pregunta están desarrolladas en este cuadro:

**Tabla 2** Período

<i>¿Hace cuánto tiempo forma parte de Pukyu Pamba?</i>	
<b># Familias</b>	<b>Años</b>
<b>8</b>	12 años
<b>5</b>	10 años
<b>2</b>	8 años
<b>1</b>	2 años

Elaborado por: Katherine Morejón



En la segunda pregunta las respuestas fueron positivas, de agradecimiento y gratitud a Juan y Manuel Guatemal por el trabajo y apoyo que han venido realizando con esta iniciativa, y por la oportunidad de permitirles pertenecer a este grupo. Consideran que el trabajo está bien pero que si necesitan mayor apoyo para mejorar las condiciones de sus servicios. También comentaron del trabajo en grupo que realizan y de cómo han aprendido a ser más solidarios con sus compañeros.

En la tercera iniciativa la respuesta fue colectiva, todos excepto la presidenta contestaron que lo que esperan de Pukyu Pamba es que sea un sustento económico seguro y fuerte que les permita cubrir los gastos de su hogar y las actividades turísticas, que no sea más una pequeña ayuda a su economía sino una fuente de ingreso y de estabilidad económica. Mientras que para la presidenta lo que Pukyu Pamba le da está bien, pues cree que no debería ser el turismo la única fuente de ingreso ya que ella menciona que si se cerraran los aeropuertos dejarían de existir turistas y estos sitios ya no funcionarían.

En la cuarta pregunta las familias consideran que a Pukyu Pamba le hace falta recibir más turistas para así tener mayores ingresos y aumentar la capacidad de acogida. Las dos familias más pobres esperan tener mejores condiciones económicas para adecuar sus hogares y así poder recibir turistas y ser un aporte más para Pukyu Pamba.

## **2.5 Descripción general de la situación**

### **2.5.1 Ubicación Geográfica**

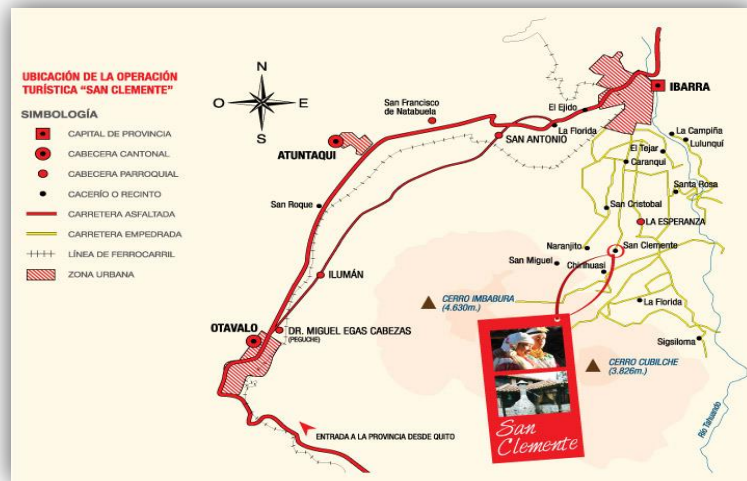
Pukyu Pamba está ubicada en la provincia de Imbabura cantón Ibarra. Está ubicado en una de las comunidades que conforman la parroquia rural de la Esperanza, la comunidad San Clemente.

Esta parroquia llena de historia cuenta con 3 barrios y 12 comunidades. La distribución geográfica de la parroquia se encuentra distribuida con las comunidades que se ubican en la periferia de la parroquia y los barrios en la parte central.

Pukyu Pamba se ubica al Oeste de la parroquia la Esperanza en la comunidad de San Clemente, en las faldas del volcán Imbabura, en una zona montañosa de áreas verdes extensas; y al sur de la ciudad de Ibarra, aproximadamente a 15 minutos en automóvil y 30 minutos en autobús.

Se encuentra sobre la conformación geográfica del volcán Imbabura frente a las hoya del Rio Chota a una altura aproximada de 2.800 hasta los 4.630 metros sobre el nivel del mar.

**Figura 1 Mapa de localización Pukyu Pamba**



Fuente: [www.sanclementetours.com/tradiciones.php](http://www.sanclementetours.com/tradiciones.php)

## 2.5.2 Población

La población de la comunidad de San Clemente es Quichua – Caranqui, perteneciente a los antiguos pueblos Caranquis. Esta comunidad tiene aproximadamente 700 habitantes, de los cuales 80 son parte de Pukyu Pamba, cantidad que equivale a 16 familias.

Su lengua es el quichua, sin embargo un gran porcentaje de la población hablan español. Las personas adultas, en su mayoría, hablan el quichua; a diferencia de los niños y

jóvenes que en su totalidad hablan español, a causa de su contacto directo, permanente y necesario con la sociedad mestiza de la parroquia la Esperanza, y la ciudad de Ibarra.

Su población está distribuida de la misma forma que algunas comunidades en el país. Al ser extensiones grandes de terreno, las viviendas de los habitantes de San Clemente están dispersas unas de otras; sin embargo, la mayoría de viviendas que forman parte de Pukyu Pamba están ubicadas continuamente en la vía principal de la comunidad, exactamente 11 familias; las 5 restantes de manera dispersa pero cercanas a la vía principal.

Existe un programa a nivel parroquial dedicado a los adultos mayores, quienes reciben diariamente atención y servicios de alimentación, salud, psicológica. Este programa es para todos los adultos mayores

### **2.5.3 Cultura**

La cultura es un elemento principal en la construcción de las sociedades, de esta depende mucho su permanencia y reconocimiento como sociedad.

San Clemente una comunidad quichua tiene una cultura llena de historia y autenticidad. Su cultura evidenciada en sus tradiciones y costumbres hace de esta comunidad un lugar propio para conocer.

Como principales características de la cultura de la comunidad se encuentra la vestimenta, alimentación, festividades, vivienda y creencias, mismas que forman parte importante y esencial de su vida cotidiana.

La vestimenta de las mujeres está conformada por blusa blanca bordada, falda larga y ancha llamada “pollera”, chalina, alpargatas y sombreros. Mientras que los hombres usan pantalón y camisa blanca, poncho color rojo, alpargatas y sombrero. El uso de la vestimenta por parte de las mujeres es diariamente, a diferencia de los hombres quienes

la usan únicamente en festividades, al igual que los niños. Esto sucede por razones de comodidad en el trabajo y por exigencia en los establecimientos educativos.

Su alimentación generalmente proviene de sus sembríos con productos propios del zona como: papa, maíz, chocho, frejol, arveja, habas y quinua; además de la carne proporcionada por sus animales como: vacas, gallinas, cerdos y llamas. También incluyen productos que no son propios de la zona pero que forman parte de su alimentación por varias razones.

Su fiesta principal es el Inti Raymi, la fiesta del sol y de la cosecha, donde agradecen a la Pacha mama por los beneficios brindados. Esta fiesta se celebra durante los meses de junio y julio de cada año.

Para Pukyu Pamba la cultura es uno de los pilares fundamentales en su microempresa de turismo comunitario, porque es a partir de este elemento que la comunidad brinda la experiencia de turismo a sus visitantes. Las actividades ofertadas en este lugar giran en torno a las costumbres de la comunidad como tal; el objeto es brindar una experiencia de aprendizaje mutua entre las culturas del visitante y la comunidad. El deseo de Pukyu Pamba es que su cultura sea reconocida, valorada y preservada, que se convierta en su esencia y en la oportunidad de generar progreso en la comunidad a partir de esta actividad de turismo.

Quienes llegan a Pukyu Pamba viven y sienten la realidad de este lugar de manera muy cercana. El hospedaje se encuentra en las viviendas de las familias, la alimentación y las actividades están apegadas a su cotidianidad, razón por la cual el turismo ofertado en este lugar hace de la cultura uno de sus principales elementos.

#### **2.5.4 Actividades económicas**

Las principales actividades económicas de las familias integrantes de Pukyu Pamba se ubican en el sector primario, secundario y terciario de la producción.

*Sector primario:* agricultura y ganadería. El cultivo de maíz, cebada, quinua y papa se ubican como las principales actividades agrícolas. Animales como vacas, ovejas, llamas, cuyes son los principales en la actividad ganadera. Estos productos son utilizados principalmente para la alimentación y venta.

*Sector secundario:* la elaboración de bordados a mano en prendas de vestir como: blusas, vestidos, camisas, etc.; para la venta a nivel nacional e internacional, realizados por las mujeres del sector es otra de las actividades más comunes en la comunidad.

*Sector terciario:* la construcción es la principal fuente de ingresos de la mayoría de familias, a esta actividad se dedican generalmente los hombres, adultos y jóvenes. Esta profesión es rentable en las ciudades más grandes del país, razón por la cual la mayoría de trabajadores se encuentran fuera de la provincia, quienes se quedan en el cantón comparten esta actividad con las anteriores mencionadas.

Las familias que pertenecen a Pukyu Pamba, además de desarrollar la actividad del turismo, se desenvuelven también en las demás actividades económicas que aportan significativamente a la economía de cada familia.

Además, la agricultura, la ganadería y los bordados son actividades importantes y presentes en la actividad de turismo, han sido integradas con la finalidad de mostrar su cultura y de generar beneficios a partir de estas actividades heredadas por sus antepasados. La agricultura y ganadería son necesarias para brindar los alimentos y las experiencias que este lugar oferta como sitio turístico; y los bordados, como elementos importantes para llevar como recuerdo de este lugar de la ciudad de Ibarra y de la Provincia de los Lagos, Imbabura.

Existen tres familias que reciben el Bono de Desarrollo Humano, son madres solteras y viudas; este apoyo es importante para estas familias que únicamente se mantienen con ingresos básicos a partir de la producción de actividades primarias, que en ciertas ocasiones sirve para la venta y diariamente para su alimentación.

Es necesario mencionar que el turismo no les proporciona totalmente su economía, de hecho, los préstamos que realizan para mejorar los servicios que brindan como sitio de turismo son pagados en su mayoría gracias a las otras actividades económicas que realizan. Es decir, esta actividad no genera las ganancias necesarias para cubrir totalmente los gastos que diariamente hacen como familia y como sitio de turismo. Así, la actividad turística únicamente se queda como un apoyo más en su economía y no como un soporte seguro y permanente.

### **2.5.5 Educación**

En la comunidad San Clemente está ubicada la escuela pública ... que ofrece educación primaria, además se encuentra la escuela pública Mariano Acosta ubicada en el barrio central de la parroquia la Esperanza, aproximadamente a 10 minutos de San Clemente. La mayoría de niños de Pukyu Pamba estudian en las dos escuelas del sector; sin embargo, una pequeña cantidad de niños también estudian en escuelas particulares de la ciudad de Ibarra, generalmente quienes tienen mejores condiciones económicas, situación que no se presenta en la mayoría de familias integrantes.

Para los niños más pequeños, de 6 meses hasta 4 años, existe el programa Creciendo con Nuestro Hijos - CNH del Ministerio de Inclusión Económica y Social, donde técnicos especializados visitan a los niños con la finalidad de desarrollar las habilidades necesarias que aporten al aprendizaje de los niños.

Dentro de Pukyu Pamba se concibe a la educación como un elemento esencial en la vida de una persona, y como un pilar importante en el desarrollo de la organización; razón por la cual todos los niños y jóvenes de esta iniciativa se encuentran estudiando.

Existen personas que son analfabetas, situación que en ocasiones puede limitar ciertas actividades como grupo de turismo. Sin embargo, todos los niños y adolescentes estudian, no obstante, terminan la primaria y secundaria, pero no ingresan a la universidad, pues prefieren y necesitan trabajar para aportar económicamente en su

hogar. La importancia que las familias dan a la educación se extiende únicamente al nivel secundario por razones económicas.

Para ver la cantidad de analfabetos y alfabetos en Pukyu Pamba se realizó una tabla con los siguientes datos:

**Tabla 3** Alfabetos y analfabetos de Pukyu Pamba

	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Niños mayores 2 años / Adolescentes y jóvenes</i>	<i>Niños menores 2 años</i>
<i>Alfabetos</i>	7	12	42	
<i>Analfabetos</i>	9	4		6

Elaborado por: Katherine Morejón

A la educación dentro de la organización se le ha dado un valor importante; sin embargo, sigue priorizando la situación económica de cada familia y el aporte que puede significar cada miembro que esté en condiciones para trabajar.

### 2.5.6 Salud

Existe un solo subcentro de salud, ubicado en el parque central de la parroquia la esperanza, a 15 minutos de la comunidad de San Clemente. Este no abastece a toda la parroquia; por lo que se presenta un déficit de cobertura de salud en todas las comunidades periféricas.

Pukyu Pamba ha organizado en cada una de sus viviendas botiquines básicos para emergencias que se pueden presentar con sus visitantes, además de un punto de atención de enfermería en una de sus viviendas, ya que una de sus integrantes es enfermera.

### **2.5.7 Seguridad y convivencia comunitaria**

El equipamiento de un UPC'S no está presente en todas las comunidades periféricas de la parroquia, solo existe uno en la cabecera parroquial. Situación que preocupa a quienes conforman Pukyu Pamba, a pesar de que no han tenido problemas de delincuencia ellos consideran que no es suficiente un UPC'S con dos policías para cubrir la seguridad de la parroquia y en este caso la de los turistas.

De esta forma, este grupo de turismo ha optado por algunas alternativas para evitar un futuro problema delincencial, como: hacer vigilancias nocturnas, estar atentos de quienes llegan a la comunidad y tener seguridad en sus viviendas.

### **2.5.8 Acceso servicios básicos**

La comunidad de San Clemente no cuenta con todos los servicios básicos, necesarios para vivir en buenas condiciones, el agua potable cubre totalmente la comunidad, a diferencia del alcantarillado, luz eléctrica y telefonía que cubre parcialmente la comunidad.

Pukyu Pamba que está ubicado en la comunidad de San Clemente y que está conformado por pobladores de este sector recibe todos los beneficios de la comunidad, así como también las necesidades insatisfechas.

El alumbrado público no cubre toda la comunidad, se extiende por toda la calle principal de la comunidad, mientras las casas que están alejadas de esta vía no cuentan con este servicio; situación que les ha llevado a construir postes de madera para tomar la luz de los postes principales, de una manera indebida y en algunas ocasiones, peligrosas.



### **2.5.9 Vivienda**

La vivienda tradicional de la comunidad San Clemente es de adobe, techo de paja y madera. Sin embargo, actualmente este modelo original ha sido adecuado por razones estéticas y de seguridad.

No todas las familias que forman parte de Pukyu Pamba tienen la misma condición económica, existen familias con pocos recursos que condiciona la visión y la estructura de todas las casas que forman parte de Pukyu Pamba. Por esta razón, las familias con bajos recursos no ofrecen estadía, pues sus casas no prestan las condiciones necesarias para recibir a los turistas, sin embargo, esta desventaja se la equilibra designándoles otras actividades. Este no es el objetivo del grupo, desean que todos tengan las mismas condiciones y ventajas, lamentablemente las condiciones económicas limitan esa posibilidad.

Las viviendas en Pukyu Pamba intenta mantener una estructura tradicional, el techo tiene tejas o paja, las paredes son de ladrillo o barro y las ventanas, y puertas son de madera. Convirtiéndose en una característica atractiva y propia del lugar. El objetivo es mantener intactas las raíces de su cultura, base de su actividad turística.

### **2.5.10 Tecnología**

Uno de los principales medios de comunicación en las familias de este país es el teléfono, sin embargo, la comunidad de San Clemente no cuenta con una cobertura total de este servicio en su población, situación que en ocasiones limita y dificulta algunas actividades y posibilidades de las personas de este sector. Al no tener este medio una gran parte de la población ha optado por adquirir los teléfonos celulares, que por su gran demanda hoy son asequibles a cualquier segmento de la población.

En Pukyu Pamba, el medio de comunicación con mayor acogida es el celular, todas las familias tienen un celular, y algunas familias también cuentan con teléfono fijo.

Solo tres familias cuentan con computadora y con internet móvil, y son ellos quienes se encargan de coordinar las visitas que se realizan por medio de su página web; las mayorías de visitas se coordinan generalmente por vía telefónica.

Cuentan con un proyector para presentaciones o videos con los turistas y para algunas reuniones con el grupo de turismo.

### **2.5.11 Tipo de Vías**

La vía principal de San Clemente es empedrada, se encuentra en buenas condiciones; a diferencia de las vías secundarias que son de tierra, algunas, la única vía de ingreso para ciertas casas del grupo de turismo que están apartadas de la vía principal.

Esta condición se vuelve problemática en la época lluviosa, las vías se vuelven lodosas y el acceso se dificulta para los visitantes, igualmente, la única vía que lleva a las dos casas con mayor acogida es de tierra y atraviesa un rio, cuando este está seco no existe problema, pero cuando llueve el paso se cierra, dejándolos incomunicados.

La condición de estas vías ha imposibilitado la práctica de algunos deportes o alternativas para los turistas, como paseos en bicicleta, caminatas a pie y a caballo; convirtiéndose en un factor negativo para esta actividad turística.

### **2.5.12 Transporte**

#### **a) Público**

Existe una cooperativa de transporte que brinda este servicio a toda la parroquia de la Esperanza, denominada Cooperativa de Transportes La Esperanza, está ubicada en el parque Germán Grijalva de la ciudad de Ibarra. El costo del pasaje es 0.35 centavos de dólar.

El recorrido llega hasta la última casa de la comunidad de San Clemente. Existen tres turnos en el día, a las 6.30 am – 1.30 pm – 6.30pm.

#### **b) Privado**

Los pobladores de San Clemente que tienen vehículo, algunos integrantes de Pukyu Pamba, ofrecen este servicio de transporte privado a los turistas que llegan en bus al parque principal de la Esperanza, su costo es 2,00 dólares y el tiempo de viaje es 5 minutos.

### **2.5.13 Político**

San Clemente cuenta con una directiva de la comunidad, conformada por un presidente del cabildo, vicepresidente, secretario y tesorero. Esta directiva se encarga de solucionar todos los problemas que se presenten, y de velar por el bienestar de la comunidad en función de la junta Parroquial de la Esperanza.

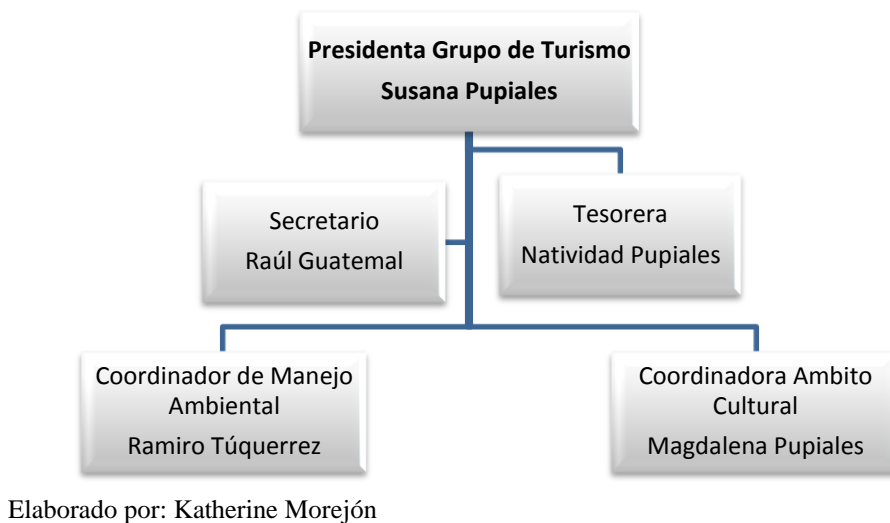
Tener una directiva o una estructura formal dentro de una organización, cualquiera que sea esta, permite tener representación y trabajar de forma planificada y ordena; por tal razón, Pukyu Pamba estructuró una directiva, misma que coordina actividades relacionadas específicamente con la organización, y aquellas ligadas con la directiva de la Comunidad. En ocasiones, Pukyu Pamba para realizar ciertas actividades como sitio de turismo necesita notificar, dialogar y acordar con los directivos de la comunidad, por el hecho de que estas actividades se desarrollan dentro de la comunidad y los posibles efectos o consecuencias afectaran de forma directa e indirecta a la comunidad.

La directiva de Pukyu Pamba lleva en función aproximadamente 5 años y su aporte ha sido mayormente beneficioso para la iniciativa. Para Pukyu Pamba la participación de todos los integrantes en la toma de las decisiones y acciones es esencial. Cada propuesta o problema que se presente es notificado a cada integrante, se realiza una reunión y se llega a acuerdos para la búsqueda o la aplicación de soluciones o propuestas.

Todos tienen la posibilidad de formar parte de la directiva, de hecho, cada año se elige una nueva directiva con el objetivo de que todos sean partícipes de esta responsabilidad; algo importante es participación de las mujeres. Actualmente, la directiva está conformada por un presidente(a), tesorero(a), secretario(a) y dos coordinadores, cada uno respectivamente del área de ambiental y cultural.

#### a) Organigrama

**Figura 2** Organigrama



## 2.6 Diagnóstico comunicacional

Se trabajará con el diagnóstico participativo, pues es necesario entender la realidad a partir de quienes construyen y viven esa realidad. Será prioritaria e indispensable la participación de quienes hacen Pukyu Pamba en el proceso de elaboración del plan de comunicación.

Este diagnóstico se irá elaborando a partir de las entrevistas personales que permitirán determinar la perspectiva individual de cada uno de los integrantes a partir de sus necesidades y aspiraciones frente al trabajo de Pukyu Pamba, para así poder analizar si la iniciativa tiene presente cada perspectiva o solo la de una persona.

Seguido a esto será necesario trabajar de manera grupal para conocer si existe y como se maneja el trabajo grupal y el grado de participación, a través de talleres que permitan que estas personas sean actores activos y no pasivos, donde sean ellos quienes reconozcan sus errores, fortalezas y sus posibles soluciones.

Sobre todo permitirá establecer las formas de comunicación en Pukyu Pamba, si estos funcionan y han aportado en la consecución de las metas que la iniciativa de turismo se propone cada año; o simplemente no han logrado con lo esperado.

### **2.6.1 Objetivos**

#### **Objetivo General**

Identificar las fortalezas y debilidades en la comunicación de Pukyu Pamba a través de un acercamiento a la realidad de la iniciativa y de las personas que lo integran para encontrar las alternativas más óptimas y cercanas a su situación.

#### **Objetivos Específicos**

- Establecer una relación de confianza con las familias de Pukyu Pamba a través de entrevistas personales a profundidad, para poder incentivar su participación en la elaboración del plan de comunicación.
- Realizar entrevistas a cada integrante para conocer el punto de vista personal sobre el trabajo y el desarrollo de esta iniciativa de turismo comunitario.
- Organizar talleres grupales participativos que permitan identificar a través de sus propios integrantes las fortalezas y debilidades que Pukyu tiene.
- Determinar y analizar la eficiencia de las formas de comunicación que utilizan en Pukyu Pamba a nivel interno y externo, así como las utilizadas para promocionar su trabajo.

### 2.6.2 Cronograma de Trabajo

**Tabla 4** Cronograma de Trabajo

Etapa	Actividad	Fecha
<b><i>Primera Etapa</i></b>	Entrevistas personales miembros Pukyu Pamba	11-05-2013
<b><i>Segunda Etapa</i></b>	Identificación y análisis de los problemas identificados (posibles causas y efectos) por parte de Pukyu Pamba a través de un FODA	12-05-2013
<b><i>Tercera Etapa</i></b>	Jerarquización de los problemas	18-05-2013
<b><i>Cuarta Etapa</i></b>	Identificación de la posibles soluciones	18-05-2013

Fuente: Espinoza J. & Pacheco P. (2012). Matriz plan de acción.

### 2.7.3 Modalidad de trabajo

El grupo de trabajo consta de:

- Miembros de Pukyu Pamba
- Directiva de Pukyu Pamba
- La investigadora

Para las entrevistas se visitó cada una de las casas de las familias que forman parte de la iniciativa de turismo comunitario, generalmente los fines de semana, por motivos de trabajo y de horario.

Los talleres grupales se realizaron en el hogar de la Sra. Presidenta Susana Pupiales, fueron completamente participativos, todas las ideas generadas en estos talleres son propias de quienes conforman Pukyu Pamba. Se formaron grupos de discusión para

llegar a consensos mutuos para determinar las soluciones o alternativas para los problemas que se plantearon.

#### 2.7.4 Etapa 1 Entrevistas personales

Objetivo: Conocer la perspectiva particular de cada familia que forma parte de Pukyu Pamba

Al ser entrevistas a profundidad el objetivo era crear un ambiente relajado y dispuesto a escuchar. Por tal razón, en algunas entrevistas se pudo pasar a un espacio más íntimo, teniendo la oportunidad no solo de saber la perspectiva frente a Pukyu Pamba, sino también, conocer la realidad de cada una de las personas en su vida diaria. El objetivo era crear una relación de confianza y de seguridad frente a mi trabajo, para así tener la oportunidad de apreciar más cerca la realidad de los integrantes de Pukyu Pamba.

Cada entrevista estaba determinada a durar 15 o 20 minutos, sin embargo en algunas familias se extendió a 30 y 45 minutos.

Después de haber realizados las entrevistas se evidenció los siguientes cometarios frente al Trabajo que ha venido realizando Pukyu Pamba:

**Tabla 5** Aspectos positivos y negativos

<i>Positivos</i>	<i>Negativos</i>
<b>Están agradecidos con la actividad del turismo porque les ha permitido conocer y aprende de otras culturas y sobretodo mostrar su cultura y sus tradiciones, las cuales han sido bien recibidas.</b>	Esta iniciativa ha sido en su mayoría autofinanciada, a través de préstamos individuales de cada familia. No se han realizado préstamos en grupo.
<b>Han aprendido a trabajar en grupo.</b>	Falta de dinero para poder adecuar sus hogares con mejores condiciones que

	permitan mejorar los servicios que ofrecen.
<b>Vivir en comunidad, apoyando a sus compañeros de manera incondicional en lo que necesiten, sobre todo a través de mingas.</b>	Existen dos familias que no pueden brindar el servicio de alojamiento porque el dinero que tienen les alcanza únicamente para satisfacer sus necesidades prioritarias.
<b>Ser solidarios</b>	Desearían que esta actividad les proporcione mayores ganancias para poder mantener su hogar, mejorar los servicios del lugar y apoyar en el desarrollo de la comunidad.
	La actividad del turismo en la mayoría de familias, excepto tres, no es el único modo de trabajo que tienen.

*Elaborado por: Katherine Morejón*

### **2.7.5 Etapa 2 Identificación y análisis de los problemas (posibles causas y efectos)**

Objetivo: Identificar los principales problemas, sus causas y sus efectos.

Para esta etapa se consideraron todos los problemas que pueden afectar al desarrollo de Pukyu Pamba, no se enfocó únicamente a problemas relacionados con la comunicación.

Esta etapa se desarrolló en una reunión grupal a través de una lluvia de ideas por parte de los integrantes de Pukyu Pamba. Este trabajo duro aproximadamente una hora y media, y se utilizó papelógrafos y marcadores; quien escribía era la investigadora pues no todos saben leer y escribir.



Los problemas anunciados tuvieron el apoyo y el consenso de todos los integrantes, llegando a acuerdos para unir todas las ideas y hacer la siguiente lista de problemas:

- Falta de recursos económicos para mejorar las condiciones de los hogares
- Cierta egoísmo por parte de la comunidad
- Falta de señalización
- Falta de apoyo por parte de las instituciones públicas y entidades locales
- Pérdida de la identidad
- No ser una organización legal
- Falta de promoción
- Falta de proyectos de emprendimiento dentro de Pukyu Pamba

Seguido a esto se analizó las causas y los efectos de los problemas encontrados, para esto se realizará una tabla con los respectivos resultados:

**Tabla 6** Matriz de Problemas, causas y efectos

<i>Problema</i>	<i>#</i>	<i>Causas</i>	<i>#</i>	<i>Efectos</i>
<b>Falta de recursos económicos para mejorar las condiciones de los hogares</b>	1	La iniciativa es autofinanciada	1	Los servicios ofertados no puedes ser mejorados
	2	Los integrantes son de bajos recursos económicos	2	Dificultad en ampliar los servicios ofertados
	3	Los ingresos económicos recibidos por parte de la actividad de turismo no son lo suficiente	3	Disminuir la cantidad de turismo
<b>Cierta egoísmo por parte de la</b>	1	La cultura de la población, son reservados y recelosos con su intimidad	1	Limitación para ciertas actividades que la iniciativa quiera emprender

<b>comunidad</b>		
	<p>2 Consideran al turismo no como un trabajo sino como una novelería</p>	<p>2 Recelo e incomodidad para los turistas.</p>
<b>Falta de señalización</b>	<p>1 Falta de atención por parte de las autoridades locales</p>	<p>1 En ocasiones es difícil llegar a los hogares de Pukyu Pamba, porque están junto a las casa de los demás habitantes de la comunidad de San Clemente</p>
<b>Falta de apoyo por parte de las instituciones públicas y entidades locales</b>	<p>1 Pukyu Pamba no cuenta con los requisitos y las condiciones para acceder a los beneficios y programas que algunas instituciones públicas ofrecen específicamente el Ministerio de Turismo</p>	<p>1 No cuentan con los beneficios que brinda el apoyo de las instituciones públicas y entidades locales, en especial el apoyo económico.</p>
	<p>2 No existe confianza por parte de las autoridades locales en este tipo de iniciativas</p>	
<b>Perdida de la</b>	<p>1 Falta de valor y sentido de pertenencia a su cultura por parte de la población más joven</p>	<p>1 Los jóvenes pierdan el sentido de pertenencia de su cultura y no puedan mantenerla en un futuro.</p>

<b>identidad</b>			
	2	La mayoría de los hombres ya no usan su vestimenta tradicional por cuestiones de trabajo.	2 Perdida de las características esenciales de su cultura.
	3	La ropa para las mujeres tiene altos costos.	3 Dificultad para seguir realizando su actividad de turismo que se enfoca en mostrar su cultura.
<b>No ser una organización legal</b>	1	La condición tributaria es desfavorable para las condiciones y aspiraciones de Pukyu Pamba	1 No pueden acceder a los beneficios que brindan algunos programas por parte del estado
	2		2 Pueden ser clausurados
<b>Falta de promoción</b>	1	Falta de recursos económicos	1 Desconocimiento del lugar de potenciales turistas
	2	Desconocimiento	2 Elaborar o utilizar herramientas de comunicación inadecuadas
	3	Poca importancia	3 Disminuir o desaparecer la promoción de Pukyu Pamba
	1	Falta de recursos económicos	1 Dificultad para emprender cualquier iniciativa

<b>Falta de proyectos de emprendimiento dentro de Pukyu Pamba</b>	2	Poca iniciativa y temor por parte de las familias a nuevas cosas	2	Limitará nuevas oportunidades de trabajo y de producción
	3	Desconocimiento de ideas, habilidades y técnicas que se pueden aplicar a sus recursos naturales	3	Desaprovechamiento de la diversidad de sus recursos

Elaborado por: Katherine Morejón

### 2.7.6 Etapa 3 Jerarquización de problemas

Objetivo: Definir un orden de los problemas para establecer una prioridad en la solución de los mismos.

En esta etapa se realizó una jerarquización de los problemas identificados, es decir, se estableció un orden para los problemas. Un orden que permitirá saber cuáles son los que más representan dificultades para la iniciativa y lo beneficioso y factible que sería su solución. Claro está que esta jerarquización se la hizo conjuntamente con los integrantes de Pukyu Pamba en un pequeño taller a través de la participación de todos.

Para poder realizar esta jerarquización se elaboró una tabla en la que se ubicaron 4 categorías para calificar cada problema, como: gravedad del problema, urgencia de solucionar el problema, lo favorable de la solución del problema y lo necesidad de solucionar el problema.

En cada categoría se estableció un rango de calificación, donde 1 era bajo, 2 alto y 3 muy alto.

**Tabla 7** Jerarquización de Problemas

<i>Problemas</i>	<i>Gravedad</i> <i>(1 a 3)</i>	<i>Urgencia</i> <i>(1 a 3)</i>	<i>Favorable</i> <i>su solución</i> <i>(1 a 3)</i>	<i>Necesaria</i> <i>su solución</i> <i>(1 a 3)</i>	<i>Total</i>
<b>Falta de recursos económicos para mejorar las condiciones de los hogares</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
<b>Cierto egoísmo por parte de la comunidad</b>	2	1	2	1	<b>6</b>
<b>Falta de señalización</b>	3	2	3	2	<b>10</b>
<b>Falta de apoyo por parte de las instituciones públicas y entidades locales</b>	2	2	3	3	<b>10</b>
<b>Perdida de la identidad</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
<b>No ser una organización legal</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
<b>Falta de promoción</b>	2	3	3	3	<b>11</b>
<b>Falta de proyectos de emprendimiento dentro de Pukyu Pamba</b>	1	1	1	1	<b>4</b>

*Elaborado por: Katherine Morejón*

Después de haber realizado el trabajo de la tabla anterior, estos fueron los resultados:

- Falta de recursos económicos para mejorar las condiciones de los hogares
- No ser una organización legal

- Pérdida de la identidad
- Falta de promoción
- Falta de apoyo por parte de las instituciones públicas y entidades locales
- Falta de señalización
- Egoísmo de la comunidad
- Falta de proyectos de emprendimiento dentro de Pukyu Pamba

### 2.7.7 Etapa 4 Identificación de las posibles soluciones

Objetivo: Determinar las alternativas más apegadas a la realidad de Pukyu Pamba y óptimas para la solución de los problemas existentes.

**Tabla 8** Posibles Soluciones

<i>Problema</i>	<i>Soluciones</i>
<b>Falta de recursos económicos para mejorar las condiciones de los hogares</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Financiamiento por parte de las autoridades locales e instituciones públicas.</li> <li>2. Realizar préstamos grupales</li> <li>3. Aumentar la cantidad de turistas</li> </ol>
<b>No ser una organización legal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buscar una figura legal que permita solucionar el problema tributario que les limita ser una organización legal.</li> <li>2. Constituirse como una organización legal</li> </ol>
<b>Pérdida de la identidad</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rescatar todas las tradiciones que se han perdido y valorar las que están presentes</li> <li>2. Enseñar a los niños y jóvenes a valorar y a vivir su cultura</li> <li>3. Procurar llevar la vestimenta propia todos los días.</li> </ol>

<b>Falta de promoción</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Encontrar las herramientas más óptimas para promocionar A Pukyu Pamba eficientemente</li> <li>2. Aprovechar totalmente la página web</li> <li>3. Buscar medios de comunicación que puedan promocionar Pukyu Pamba a través de su video promocional</li> <li>4. Buscar y establecer relación con mas agencias de turismo</li> </ol>
<b>Falta de apoyo por parte de las instituciones públicas y entidades locales</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cumplir con los requisitos que solicitan los programas ejecutados por las instituciones públicas.</li> <li>2. Establecer nuevamente relaciones con las entidades locales para solicitar apoyo a la iniciativa</li> </ol>
<b>Falta de señalización</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solicitar a las autoridades competentes el apoyo para ubicar las respectivas señales de tránsito.</li> <li>2. Buscar financiamiento o apoyo de alguna organización o institución para elaborar rótulos de señalización que ubiquen las casas de turismo comunitario</li> </ol>
<b>Egoísmo de la comunidad</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seguir demostrando que el trabajo de Pukyu Pamba es en beneficio de la comunidad de San Clemente</li> </ol>
<b>Falta de proyectos de emprendimiento dentro de Pukyu Pamba</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buscar profesionales que guíen y muestren alternativas e ideas para emprender nuevos proyectos dentro de Pukyu Pamba</li> </ol>

Elaborado por Katherine Morejón

## **2.8 Formas – frecuencia – motivos de interrelación**

### **2.8.1 Intercambio de Experiencias**

La interacción que se forma entre los turistas que visitan Pukyu Pamba y sus habitantes es sumamente enriquecedora. Visitar la comunidad implica conocer, aprender y vivir la cultura y las tradiciones de este lugar.

La oferta turística de Pukyu Pamba ofrece la convivencia directa con los turistas a través del hospedaje en sus propios hogares, la participación en las actividades diarias como la siembra y cosecha de alimentos, el cuidado de los animales y la preparación de los alimentos; y la experiencia de vivir y sentir la celebración de sus fechas festivas como el Inti Raymi. Este encuentro no solo permite compartir la cultura de la comunidad de San Clemente, donde se encuentra Pukyu Pamba, sino que también logra un intercambio con la cultura de los turistas, haciendo que los habitantes de esta comunidad aprendan y conozcan otras cultura, enriqueciendo así su conocimiento.

### **2.8.2 Contacto y Visita a otras organizaciones**

Pukyu Pamba si ha tenido la oportunidad de conocer y visitar otras experiencias de turismo comunitario emprendidas en la provincia de Imbabura. Ha visitado Lita y Otavalo, donde pudieron compartir y evidenciar el trabajo que hacen, logrando aprender mutuamente alternativas que pudieran servir en Pukyu Pamba.

### **2.8.3 Reuniones con dirigentes**

Se han realizado exactamente tres reuniones con las autoridades de la comunidad de San Clemente y todos sus habitantes, con la intención de explicarles el objetivo de Pukyu Pamba y lo positivo que sería integrarse toda la comunidad, sin embargo, las respuestas han sido negativas por parte de la comunidad, quienes no están de acuerdo de recibir y compartir con personas ajenas a su vida.



Pukyu Pamba espera que los habitantes de San Clemente vayan poco a poco considerando y aceptando la idea de recibir turistas, pues creen que con el apoyo de toda la comunidad las cosas irían mucho mejor.

#### **2.8.4 Como ven a su organización**

Quienes integran Pukyu Pamba consideran que su iniciativa ha dado grandes pasos, a pesar ser totalmente autofinanciada y de no contar con el apoyo de ninguna institución. Se sienten muy orgullosos de lo que ha logrado en estos 15 años y se mantienen con la idea de seguir con esta iniciativa muchos años más. No obstante, están conscientes de que necesitan mayor apoyo, especialmente económico, para poder llevar adelante y sin inconvenientes esta iniciativa; así como también tiene claro que necesitan cambiar algunas condiciones de la iniciativa, como es convertirse en una organización legal.

### **2.9 Sistema de comunicaciones**

#### **2.9.1 Interno**

A nivel interno la forma de comunicación más frecuente es la reunión, a través de esta herramienta quienes integran Pukyu Pamba pueden resolver inconveniente o dudas, y pueden planificar actividades en torno a la iniciativa. Estas reuniones se realizan durante el año, cada que se presente un motivo, además, al finalizar el año se realiza una reunión para evaluar el trabajo realizado durante los doce meses. Para comunicar a estas reuniones se utilizan teléfono celular y fijo.

También realizan mingas para mejorar algunos servicios de los hogares, en esta actividad participan todos, no es obligatorio, sin embargo siempre están presentes todos, excepto quienes por motivos de fuerza mayor no pueden asistir. Esta actividad permite mucha interacción y participación de todos quienes forman parte de Pukyu Pamba.

### **2.9.2 Externo**

Cuentan con una página web, esta muestra la oferta turística de Pukyu Pamba, el costo de sus servicios, sus tradiciones, su historia, contactos y la posibilidad de reservar la fecha de visita a este lugar. Esta herramienta fue creada con el objetivo de atraer mayor turismo, en especial el extranjero, por su fácil y rápido acceso para quienes se encuentran distantes de nuestro país; no obstante, el resultado no ha sido el esperado. Al ser únicamente 3 familias que cuentan con servicio de internet móvil, quienes están pendientes de la página web, limitando a los demás la posibilidad de interactuar con esta herramienta, convirtiéndose así en una herramienta no colectiva, con la que todos puedan trabajar o manipular.

Para quienes están pendientes de la página web también les representa algunas dificultades y limitaciones, por ejemplo no pueden mantenerla actualizada, el sitio para hacer reservas no lo manejan y desconocen cómo manejar ampliamente esta herramienta. Hecho que le ha llevado a considerar como una opción fácil, rápida y certera el contacto con agencias de turismo para conseguir turistas, a diferencia de la página web. Desaprovechando así las ventajas y posibilidades que esta herramienta les puede brindar.

En algunas ocasiones han tenido la oportunidad de ser promocionados por algunas instituciones u organizaciones, a través de revistas y reportajes. Hace dos meses el Gobierno Provincial de Imbabura saco una revista con reportajes de todos los sitios que ofrecen turismo comunitario en la provincia, uno de esos lugares era Pukyu Pamba. Estas oportunidades les permite promocionar ampliamente su trabajo y captar a potenciales turistas, lamentablemente estas oportunidades, sin ningún costo, no son frecuentes.

A esta situación se suma la poca relación que Pukyu Pamba mantiene con instituciones u organizaciones que pueden brindarles apoyo, la razón principal es la desconfianza a causa de malas experiencias en el pasado, donde se han sentido utilizados y nada

beneficiados. Situación que les ha llevado a mantenerse distantes y precavidos a cualquier tipo de “ayuda” que implique conocer profundamente su experiencia de turismo.

## **2.10 Pronóstico**

### ***¿Qué sucedería en 5 años si todo sigue igual?***

Teniendo presente que quienes integran Pukyu Pamba tienen presente el trabajo colectivo y en comunidad, sobre todo el respeto y satisfacción por el trabajo que se ha hecho hasta hoy sin el apoyo incondicional de instituciones públicas o de las entidades locales, es necesario evaluar si las metas esperadas se pueden conseguir caminando de la misma manera o implementando algunos cambios significantes que no alteren la base del trabajo de Pukyu Pamba.

Es evidente que después de casi 15 años de trabajo no se han podido cumplir totalmente los objetivos que impulsaron el inicio de esta iniciativa. En cinco años si los ingresos económicos siguen siendo bajos es muy probable que disminuya el número de familias que integran esta iniciativa, en especial aquellas con bajos recursos económicos, limitando así la posibilidad de ampliar sus servicios y de poder recibir mayor cantidad de turistas. De la misma manera, si su promoción sigue siendo baja, la posibilidad de captar nuevos turistas nacionales o extranjeros será más lejana.

### ***¿Qué sucedería en 5 años si se interviene en la realidad?***

Si se lograra intervenir en Pukyu Pamba primero sería posible consolidar todos los aspectos positivos que han logrado construir, sobre todo a nivel interno, para que así puedan seguir trabajando de manera más firme. Se lograría crear y consolidar una relación con aquellas instituciones que pueden brindar ayuda a esta iniciativa, que permitan de cierta forma mejorar las condiciones de los servicios que Pukyu Pamba ofrece. Lo más importante, que esta iniciativa se pueda mantener fuerte y presente en 5

años y más, a través de una promoción permanente y eficiente a nivel nacional e internacional que permita seguir construyendo experiencias de vida y manteniendo la cultura de la comunidad; y sobretodo, constituirse como una fuente segura y estable de ingresos económicos para las familias del grupo de turismo y de la comunidad en general.

## **2.11 Caracterización de la problemática relevante**

### **2.11.1 Gravedad**

No se puede negar que a pesar de que el trabajo de Pukyu Pamba no haya venido siendo planificado y apoyado económicamente por instituciones ha logrado en cierta medida conseguir algunos logros y objetivos, reciben turistas durante el año y los servicios que ofrecen están en buenas condiciones. Sin embargo, no se ha logrado totalmente lo esperado, aún sigue existiendo dos familias que no han podido acondicionar sus hogares para ofrecer hospedaje, hecho que imposibilita obtener mayores ganancias por parte de estas dos familias, ya que solo pueden ofrecer otros servicios que no representan el valor del servicio de hospedaje.

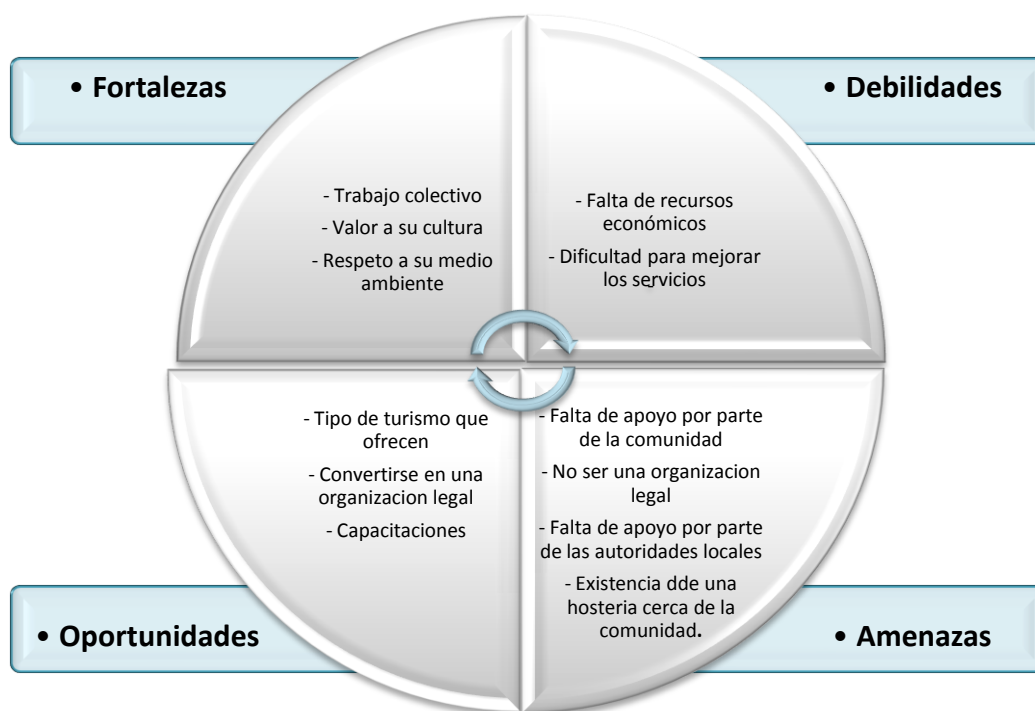
Al ser autofinanciado Pukyu Pamba, su desarrollo depende de las condiciones económicas que cada familia tenga, si la familia no cuenta con dinero no puede mejorar las condiciones de los servicios, situación que se presenta todos los años y que en ocasiones ha limitado recibir turistas, por el espacio que no cuentan o porque a los turistas no les agradó.

Sumado a lo anterior se encuentra su baja promoción, cuentan con una página web pero no la administran constantemente, de hecho consideran no necesaria y prefieren acudir a sus contactos con agencias de turismo. Pukyu Pamba es consciente de los beneficios de una buena y permanente promoción, pero el desconocimiento y la falta de recursos económicos les imposibilita promocionar la experiencia de vida que su turismo ofrece.

Finalmente y quizás lo esencial para que esto siga adelante, el tema de los turistas. Si bien reciben durante el año turistas, la cantidad es muy baja en relación a lo que ellos esperarían recibir. Generalmente la cantidad de turistas en época alta ocupa máximo 6 casas, llegan cada dos semanas aproximadamente y se intenta distribuir de manera equitativa en todos los hogares, aunque a veces eso no es posible porque los turistas son quienes eligen donde quedarse, esta época va desde junio hasta agosto; pero durante los demás meses del año la cantidad no supera el espacio de 2 casas. Es necesario mencionar que el turismo nacional en relación al extranjero es casi nulo. Pukyu Pamba considera que es bajo porque no les atrae las actividades y servicios que ofrecen en la comunidad, a diferencia del interés y valor que los extranjeros dan a estas experiencias. Por tal razón sus actividades están dirigidas en su mayoría al turismo extranjero, dándole mayor valor y atención.

### 2.12.2 FODA

**Figura 3 FODA**



Elaborado por: Katherine Morejón

### **2.11.3 Causas reales**

Una de las causas es que Pukyu Pamba en el tema económico no trabaja de manera colectiva, es casi un tema individual que debe ser solucionado y proporcionado por cada familia, causa de que no todas las casas cuenten con las mismas condiciones, por ejemplo hay hogares que cuentan con tres o cuatro habitaciones y otros con una sola habitación; presentándose como una desventaja para aquellas familias que tienen menos servicios por ofrecer.

Los integrantes atribuyen esta situación a la falta de apoyo que tienen por parte de las instituciones públicas, pues consideran que los trámites legales para obtener su apoyo son complicados y largos, por eso optan por hacer préstamos en asociaciones o en otros lugares que sin muchos trámites y con intereses bajos les den el dinero.

En cuanto a la promoción, factor importante para atraer nuevos turistas, a pesar de haber elaborado una herramienta importante y eficiente para promocionar su trabajo a nivel nacional y sobretodo internacional, no se tomó en cuenta la realidad y el contexto de este sector, por lo que esta página web hasta ahora no ha sido utilizada de la mejor manera, siendo un instrumento esencial e importante en los objetivos que tiene Pukyu Pamba.

### **2.11.4 Posibles Efectos**

El mayor efecto podría ser que al seguir trabajando de manera individual para mejorar sus servicios se siga acrecentando la desventaja y competencia entre los integrantes, llevando a limitar hasta la oportunidad que todos por ser turismo comunitario deberían tener.

Además, no tener suficiente turismo a pesar de que todos los hogares tengan las mismas condiciones en sus servicios, no podrían mantener el costo de una inversión, dejaría de ser una fuente de ingresos para los hogares y una alternativa de desarrollo.

## 2.12 Priorización problemas

- *Falta de trabajo colectivo*

A pesar de que tienen clara la idea de vivir y trabajar en comunidad y de ponerla en práctica en algunas situaciones diarias, es evidente que un trabajo colectivo no se presenta cuando de buscar financiamiento se trata. Es necesario mejorar constantemente los servicios para así poder ofrecer una buena y confortable experiencia para los visitantes, sin embargo, si es turismo comunitario y existen familias de bajos recursos es importante buscar alternativas para que las oportunidades y beneficios sean colectivos. Si esto sigue presentándose es posible que puedan retirarse las familias que no tienen los medios para brindar un buen servicio y con esto la idea con la que se concibió esta iniciativa; una alternativa para mejorar las condiciones de vida de las familias de la comunidad de San Clemente.

- *Poca relación con instituciones u organizaciones*

La poca relación que Pukyu Pamba mantiene con instituciones importantes y que aportan al turismo, como el Ministerio de Turismo, se debe a la situación legal que no han logrado resolver. Al no ser una organización legalizada le es difícil acceder a los beneficios brindados por algunas organizaciones o instituciones. El Ministerio de Turismo tiene un programa enfocado al turismo comunitario en Ecuador, apoyando a estos proyectos de turismo con financiamiento, promoción, capacitación y soporte al ser una institución gubernamental, lamentablemente uno de los requisitos es ser una organización legal.

Pukyu Pamba está consciente e interesado por los beneficios al legalizarse, pero para ellos como grupo pesa más las desventajas con las condiciones que el SRI le presenta, que las ventajas a mediano y largo plazo.

Por este motivo, prefieren trabajar de manera autofinanciada teniendo presente las pocas ventajas y grandes desventajas que representa esta condición.

- ***Falta de apoyo por parte de la comunidad San Clemente***

La falta de interés por parte de la comunidad dificulta actualmente y en un futuro la posibilidad de realizar actividades en beneficio al turismo de Pukyu Pamba. Si bien los habitantes de San Clemente no están interesados, por cuestiones culturales que consideran incomodo recibir en sus hogares a personas ajenas. Lamentablemente no se han podido realizar reuniones con toda la comunidad donde se puedan discutir otras opciones de hacer turismo apartadas al hospedaje de extranjeros. Haciendo la posibilidad de constituirse en una comunidad turística distante.

- ***Poco turismo***

Este problema se debe principalmente a la falta de promoción. Si bien existe una página web esta no es aprovechada completamente. Esto ocurre por el desconocimiento por parte de las personas y porque se ha trabajado sin tomar en cuenta el contexto y las condiciones del sector y de su gente.

A través de las agencias de turismo se proporcionan turistas, pero no lo esperado y necesario para mantener fuerte a esta iniciativa. Las familias reconocen la importancia de una promoción, sin embargo mencionan que desconocen y carecen de los medios necesarios para realizar una buena promoción.

## **2.13 Conclusiones**

- El diagnóstico permitió evidenciar a partir de sus propios integrantes problemas a nivel interno, específicamente en el aspecto económico, que dificultan el trabajo y desarrollo de todas las familias y condicionan el concepto de turismo comunitario.



- Necesitan fortalecer la comunicación a nivel interno, que si existe, a través de una relación de solidaridad para así crear una comunicación a nivel externo con organizaciones o instituciones que les puedan apoyar.
- Las herramientas de difusión que disponen no fueron creadas tomando en cuenta las condiciones del sector.
- Es necesario crear conciencia, en la comunidad de San Clemente, del beneficio que el turismo puede representar a través de reuniones que permitan discutir y considerar todas las opiniones de los habitantes de la comunidad.

## **CAPÍTULO III**

### **PLAN DE COMUNICACIÓN PARA PUKYU PAMBA**

#### **3.1 Introducción**

Las tradiciones, las costumbres, la gastronomía y los maravillosos paisajes de la Costa, Sierra, Amazonia y Galápagos con los que cuenta Ecuador son una de las principales razones para ser de este país es un destino importante y único para hacer turismo.

Al ser un país con un territorio de solo 284 000 km<sup>2</sup>, Ecuador es considerado como uno de los 17 países en todo el mundo como mega diverso por el grupo Conservación Internacional Ecuador, quienes a partir del 2001 a través de su programa de conservación y uso sostenible de áreas prioritarias incentiva su preservación y la posibilidad de generar ingresos a partir del turismo.

Existen varias razones para realizar turismo, pero quizás la principal, es generar ingresos económicos para quienes realizan esta actividad de manera directa, y para el país indirectamente. Es así que el turismo, actualmente, se ha convertido en un sector estratégico para la economía del Ecuador y de los sectores involucrados en esta actividad. Se ha convertido en una ventana de posibilidades y oportunidades para esos sectores con pocos recursos económicos pero con una diversidad de recursos naturales y humanos por ofrecer a los turistas.

Actualmente, muchas comunidades están aprovechando su historia, su cultura y su paisaje para hacer del turismo una actividad que les genere ingresos económicos, bienestar, la oportunidad de trabajar en su país y de mostrarse al país y al mundo. En pocas palabras, turismo comunitario.

La población ecuatoriana goza de una amplia diversidad étnica. El consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE) ha señalado que en el territorio ecuatoriano conviven trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas con

su propia cosmovisión del mundo, conjuntamente con mestizos, blancos y afroecuatorianos. Por esta razón, cada región del Ecuador agrupa diversas manifestaciones culturales y modos de vida, confirmando que cuatro sectores diversos, Sierra – Costa – Amazonia – Galápagos, coexisten en un solo territorio.

Pero esta expansión además de crear oportunidades también ha presentado una serie de desventajas para aquellos que empezaron en esta actividad con un pequeño capital, sin una infraestructura adecuada, desconocimiento, únicamente con su esfuerzo y dedicación; además de su entorno como su herramienta principal. Desventaja frente aquellos quienes ya vienen realizando turismo de manera permanente y consolidada.

Desventaja que poco a poco el gobierno de la revolución ciudadana está intentando superar, a través de la construcción de carreteras de buena calidad, proyectos y programas por parte del Ministerio de Turismo para comunidades que realicen turismo comunitario, accesibilidad para realizar préstamos y la promoción a nivel mundial de lo que el Ecuador ofrece como sitio de turismo.

No obstante, todavía existen algunas comunidades o sectores que este apoyo lo perciben mínimamente. Este es el caso de microempresa Pukyu Pamba, ubicada en la comunidad de San Clemente, quienes no han logrado aún percibir el apoyo que el gobierno brinda, por una serie de trámites necesarios y desinformación.

Además de los recursos económicos, importantes para mejorar los servicios brindados por Pukyu Pamba, también es necesario tener un sistema de comunicación, apegado a las condiciones y necesidades del lugar, a nivel interno y externo. La comunicación en una organización es un punto clave para consolidar su trabajo; ya que fortalece las relaciones de sus integrantes, necesarias para lograr la consecución de los objetivos planteados de forma colectiva. Además genera participación y la posibilidad de que todos se sientan parte de las decisiones y acciones tomadas. Sumado a esto, una promoción planificada y estratégica que permita dar a conocer permanente y eficientemente el lugar.

Por esta razón se propone este Plan de Comunicación, como una herramienta de apoyo para la creación y el fortalecimiento de las relaciones a nivel interno y externo, así como también, de generación de nuevos flujos de información y de comunicación; que les permita consolidarse como un sitio turístico a nivel nacional e internacional, y como una fuente segura de ingresos económicos para las familias involucradas en este proyecto.

A partir de la elaboración de un diagnóstico a nivel general y comunicacional, que permita identificar la realidad de esta iniciativa, elaborado en el capítulo anterior.

### **3.2 Antecedentes**

El turismo en el Ecuador inicia su desarrollo en los años 50, pero es principalmente en las tres últimas décadas en que empieza a consolidarse como una actividad económica y socio-cultural de importancia para el país.

La creación de una instancia gubernamental, el actual Ministerio de Turismo, surge tan solo hace 14 años, específicamente agosto de 1992, con la finalidad de regular, mejorar y planificar los procesos que se realicen en esta actividad.

El turismo comunitario se desarrolla a partir de los años 80, paralelamente a la industria turística convencional, llegando a ser un sector creciente e importante para no menos de 100 comunidades indígenas y campesinas, unas 3.000 familias. Esta actividad, por lo tanto, beneficia directa e indirectamente a no menos de 15.000 personas del sector rural ecuatoriano. (FEPTCE; 2006)

En el campo legal y normativo, el turismo comunitario en Ecuador ha tenido que superar varios obstáculos. El crecimiento del turismo en el Ecuador alrededor de los años setenta, enfrenta a las comunidades en pie de lucha por la recuperación de los territorios ancestrales. En la década de los ochenta, los resultados de aquellas acciones de resistencia de pueblos indígenas y afro obligaron al reconocimiento por parte del Estado

al derecho de ciudadanía, negado hasta ese entonces para los analfabetos, en su gran mayoría indios y negros.

La ley de turismo del 2002 reconoce las operaciones turísticas comunitarias y a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) como su interlocutor colectivo, sin embargo, no se aclara la definición de este tipo de actividad.

En el 2006, tras un periodo de abierto conflicto, el ministerio y la FEPTCE llegan a un acuerdo para que esta organización tenga un papel protagonista en la regulación y definición del turismo comunitario (concretamente para el reconocimiento de actividades turísticas comunitarias). No obstante estos acuerdos han abierto un divorcio-conflicto entre la operación comunitaria y la operación turística privada, ya que por parte de los empresarios turísticos puede entenderse que se está asistiendo a una regulación del mercado turístico que los discrimina frente a las operaciones comunitarias, en definitiva a una competencia desleal. (Ruiz, Solís; 2007)

Actualmente, el turismo comunitario es una “marca internacional” y un elemento de creciente interés en la oferta y demanda turística de los países del “sur. Dentro de América Latina, se señala al Ecuador como un país pionero, por el peso cuantitativo y cualitativo de sus experiencias de turismo comunitario. Así, desde los años ochenta, el turismo comunitario se ha convertido en Ecuador en una actividad estratégica para muchas comunidades ya que actúa como catalizador de diferentes procesos:

1. La promoción socioeconómica de comunidades en situación muy vulnerable desde los puntos de vista sociales, económico y cultural, constituyendo un motor estratégico para el desarrollo local de las mismas.

2. El encuentro cultural a través del turismo, en tanto en cuanto no solo potencia las identidades culturales indígenas, sino el contacto intercultural en contextos menos asimétrico que los habituales en la práctica turística.
3. El desarrollo de actividades económicas sustentables desde el punto de vista ambiental habida cuenta que este tipo de turismo tiene en la naturaleza a uno de sus principales pilares de atracción.
4. La apertura de posibilidades de autogestión y desarrollo endógeno de las comunidades (indígenas o mestizas) en virtud de los índices de participación, acción y control comunitario que promueve esta actividad. (Ruiz, Solís, 2007)

El turismo en Ecuador es la tercera actividad económica después de la extracción de petróleo y la producción de plátano, atrayendo a una gran cantidad de visitantes al año.

Durante el periodo 2007-2010, se registró un incremento paulatino de entradas de extranjeros al Ecuador, pasando de 937.287 en 2007 a 1'140.978 en 2011 con una variación de 21,7% en el periodo. Para el 2012 se ha registrado 1272 miles de llegadas de visitantes extranjeros y 849,7 millones de ingresos por esta actividad. Los empleos directos registrados en la industria turística se incrementaron en el 34,75% durante el periodo 2007-2011, al pasar de 75.198 a 101.329. (MINTUR; 2012)

Actualmente el Ministerio de Turismo viene desarrollando algunos programas para apoyar a las actividades de turismo comunitario en el Ecuador, con la finalidad de mejorar los servicios ofertados, a través de financiamiento, capacitación y promoción; estos programas son: *Consolidando Turismo Comunitario y el Programa de Capacitación Turística*.

### **3.3 Justificación**

La necesidad de elaborar un plan de comunicación nace de la importancia de establecer y mantener un sistema de comunicación como parte elemental en el desarrollo de una organización, tanto a nivel interno como externo. Un plan de comunicación que se convierta en una herramienta de construcción y fortalecimiento de las relaciones y los medios, más eficientes y propios al entorno, que posibiliten el fortalecimiento de esta microempresa de turismo comunitario.

Una comunicación planificada ofrece la oportunidad de generar decisiones y acciones tomando en cuenta los recursos disponibles, las necesidades colectivas, tiempo, entorno, etc.; de forma ordenada y clara; con el objetivo de que sus acciones estén orientadas al cumplimiento de sus objetivos como una organización.

El Plan de Comunicación promoverá la participación de los miembros de Pukyu Pamba dentro de la construcción del plan de comunicación y en su aplicación, como sujetos estratégicos y esenciales para el conocimiento de la realidad, la cual permitirá construir un plan de comunicación cercano a sus necesidades reales y propias.

### **3.4 Metodología**

Toda investigación, cualitativa o cuantitativa, debe siempre ser utilizada adecuada y productivamente el método que seleccione, que le permita recoger la información necesaria y suficiente para luego estructurarla de manera lógica, con la finalidad de lograr los objetivos planteados y orientados a la solución de los problemas.

En las distintas áreas de trabajo el término metodología designa el modo en que se enfoca los problemas y se busca las respuestas. En el caso de las ciencias sociales el método se aplica según la manera de realizar la investigación, desde los supuestos, intereses y propósitos los que conducen una u otra metodología. Para este caso se aplicará el método cualitativo y cuantitativo hasta llegar a la triangulación, la cual

permitirá obtener fiabilidad en los resultados finales al aplicar una variedad de metodologías.

En las investigaciones cualitativas se fijan unos objetivos a lograr: algunos son generales y otros específicos, pero todos deben ser relevantes para las personas interesadas en la investigación. El método cualitativo trabaja con la descripción de las cualidades de los fenómenos o situaciones estudiadas, el sentido que las personas tienen con la realidad es fundamental, es decir lo subjetivo ocupa un papel importante en la búsqueda de la solución a los problemas. Mientras que el método cuantitativo a través de la búsqueda de información cuantificable recoge resultados más objetivos, ampliando de esta manera el entorno del fenómeno estudiado.

La triangulación se caracteriza por combinar el método cualitativo y cuantitativo, logrando el acceso a varias herramientas de investigación para brindar distintas alternativas que permitan interpretar de la manera más profunda el fenómeno de estudio. Se podrá emplear al mismo tiempo historias personales, observaciones, entrevistas, grupos de discusión, textos e imágenes; herramientas útiles en los casos que se necesita interpretar la realidad de una situación determinada, su cultura, tradiciones, representaciones y sentimientos de cada involucrado.

La triangulación de datos supone el empleo de distintas estrategias de recogida de datos. Su objetivo es verificar las tendencias detectadas en un determinado grupo de observaciones. La triangulación entre métodos ofrece la oportunidad de mejorar el diagnóstico organizativo sintetizando los resultados derivados de la utilización de múltiples métodos científicos en una interpretación válida y coherente. (Denzin; 2005, pág.6)



### **3.5 Herramientas metodológicas**

#### **3.5.1 La observación participativa**

Esta técnica se basa en obtener datos a través del contacto directo con las actividades, conductas, intereses y formas de vida de las personas que sean objeto de investigación. La observación participante permite la posibilidad de que el investigador se convierta en un miembro auténtico del grupo que se va a estudiar, de observar directamente el comportamiento de la acción humana en los ambientes que su entorno les brinda.

Es necesario tener en cuenta tres preguntas al ejecutar esta técnica:

- ¿Qué quiero observar?
- ¿Qué es esencial y qué no es?
- ¿Qué es, puede ser, significativo de todo que veo?

#### **3.5.2 Grupo de discusión**

Un grupo de discusión está constituido por personas que tienen conciencia de pertenencia y comparten objetivos comunes. El objetivo es crear relaciones que establezcan y produzcan cambios en ellos a través de sus ideas colectivas o individuales posibilitando así una participación activa. En los grupos de discusión se aportan ideas o conocimientos sobre la realidad del entorno de los participantes mediante la formulación de preguntas abiertas, promoviendo participación y la observación durante la discusión grupal.

#### **3.5.3 Encuestas**

La encuesta es una técnica que posibilita la recolección de información a través de un cuestionario elaborado previamente por el investigador, con el objetivo de conocer el criterio de las personas encuestadas sobre un tema determinado.

A diferencia de la entrevista el(a) encuestado(a), no necesariamente se ve comprometido(a) con el criterio que brinda, ya que puede no revelar su identidad. Además, la encuesta exige que el(a) informante sepa leer y escribir y esté en condiciones de hacerlo, lo cual constituye una restricción para su aplicación. (Fraga; 2007:78)

Cuando se aplica de forma masiva una encuesta permite recoger información valiosa, en especial para las investigaciones sociales, porque facilita conocer y evaluar las tendencias de un grupo grande de informantes.

#### **3.5.4 Cartografía Social**

Es una técnica que a partir de la elaboración de mapas por parte de los involucrados permite reconstruir la realidad, valorar y considerar los diferentes conocimientos de forma dinámica, creativa y divertida. La cartografía social es una minga de pensamiento. Los mapas posibilitan que las personas conozcan el territorio, el tiempo y el espacio en el que se encuentran. Se puede comprender las estructuras socioeconómicas y sus relaciones con el entorno para de esta manera visibilizar procesos de discriminación social, política, económica o ambiental.

#### **3.6 Mapeo de actores**

El mapeo de actores es una técnica que permite identificar a las personas u organizaciones importantes para la planificación, el diseño, la implementación o la evaluación de un proyecto o plan determinado.

Con el mapeo de actores se busca no solo tener un listado de los diferentes actores que participan en una iniciativa, sino conocer sus acciones y el rol de su participación. El mapeo de actores debe ser considerando como un primer paso para lograr la convocatoria de la sociedad civil en las acciones participativas (talleres, reuniones, seminarios, etc.) con ello no solo se asegura el numero sino la

representatividad de las personas o entes (asociaciones, fundaciones, organizaciones de base, instituciones gubernamentales, etc.) que se están invitando a participar. (Pozo; 2007)

Esta técnica tiene dos finalidades:

- Identificar a los potenciales aliados de un proyecto, los aliados son aquellas personas, instituciones o empresas de carácter público o privado, sin fines de lucro, que se vinculan con el proyecto en carácter de patrocinadores.
- Seleccionar a los principales socios y beneficiarios del proyecto, los socios son aquellos actores que formaran parte activa del proyecto; y los beneficiarios son a quienes está dirigido el proyecto.

El mapeo de actores permite identificar a los sujetos claves que aportan a la iniciativa y los que no representan ningún beneficio, permitiendo establecer estrategias o medidas que propicien o garanticen el mejor apoyo para quienes aportan con la propuesta o iniciativa.

### **3.6.1 Metodología para el mapeo de actores**

Para realizar el mapeo de actores es necesario tomar en cuenta varios pasos importantes:

*Primero*, definir y especificar el tema a trabajar, para así luego determinar quiénes son las personas u organizaciones más idóneas para formar parte del proyecto. Es necesario definir el tema a trabajar porque permitirá ubicar de manera más específica a las personas que están relacionadas o conocen con el tema a trabajar.

*Segundo*, elaborar un listado con las instituciones, empresas o personas que puedan considerarse como actores claves, que contribuyan de manera positiva en la consecución de los objetivos propuestos en el proyecto.

El objetivo de esta etapa está en determinar el tipo de relaciones que se establecerá y cuál será el nivel de participación de cada uno de los actores.

*Tercero*, evaluar y analizar los intereses de los actores en relación a la propuesta del proyecto. Esta etapa permitirá organizar a los actores según los intereses que tengan en común. La razón de esta etapa es poder organizar estrategias dirigidas a construir alianzas entre los intereses de los actores, con la finalidad de que puedan orientarse eficientemente al desarrollo del proyecto.

*Cuarto*, después de haber analizado a cada uno de los posibles actores que intervendrán en la propuesta, es necesario evaluar la disponibilidad y compromiso de aquellos que han sido seleccionados.

Después de haber realizado este análisis es importante que realizar consultas adicionales para confirmar la disponibilidad, el compromiso, y la motivación de estos actores con los fines del proyecto.

Finalmente, se debe establecer en qué fase contribuirá de mejor manera, cada actor seleccionado, en la ejecución del proyecto. El mapeo de actores cuando es bien elaborado se convierte en una herramienta de apoyo y de mejoras para el proyecto.

De tal forma, la mejor manera de elaborar el mapeo de actores es usando métodos participativos adecuados al entorno para así se fortalecer el sentido de pertenencia, compromiso y confianza que los participantes han depositado en el proyecto.

### **3.6.2 Actores Internos**

#### ***Directiva de Pukyu Pamba***

La directiva de esta microempresa está conformada por sus integrantes, son quienes se encargan de organizar las actividades correspondientes a la actividad turística, son

muchas veces la voz de todos quienes forman parte de esta organización. Su objetivo es buscar una organización y orden en las actividades que se realicen en torno al trabajo de la microempresa, sin ser autoritarios.

Su presencia dentro de Pukyu Pamba a representando mayor organización y representación, situación que dentro del plan seguirá manteniéndose.

### ***Integrantes de Pukyu Pamba***

Los integrantes de Pukyu Pamba son familias del sector, cada una con una situación socioeconómica distinta, pero con el mismo objetivo de sacar adelante al proyecto de turismo comunitario. Como actor interno tendrá que situarse como un grupo de personas activas y participativas, esenciales en la construcción y aplicación del plan.

### ***Turistas***

Los turistas son uno de los actores más principales para el desarrollo de Pukyu Pamba, son los consumidores de lo que ofrecen en este lugar y los que proporcionan el factor económico para el mantenimiento de lugar y de las familias que lo integran. Por esta razón, es necesario trabajar permanentemente para que este actor sea bien atendido, sin importar si el turismo es local o internacional. Para fortalecer las relaciones con este actor es necesario trabajar de manera estratégica para su fortalecimiento.

### ***Agencias de Turismo***

Las agencias de turismo son quienes proporcionan dentro de esta actividad a los turistas, son quienes ofrecen los lugares para hacer turismo. Una gran cantidad de turistas planifican sus viajes con las agencias, por esta razón es necesario mantener una relación estratégica con este actor para mantenerse como un buen destino de llegada para los turistas.

### **3.6.3 Actores externos**

#### ***Comunidad de San Clemente - Directiva de la Comunidad de San Clemente***

Pukyu Pamba se ubica en la comunidad de San Clemente, sin embargo no todas las familias que forman parte de la comunidad son integrantes de esta iniciativa de turismo comunitario. La comunidad cuenta con una directiva, para organizar y tomar decisiones convenientes a la comunidad. A pesar de esta situación la comunidad se beneficia e interviene de manera indirecta, por su cercanía al trabajo que Pukyu Pamba realiza dentro de esta comunidad. Las acciones que se realicen dentro de Pukyu Pamba afectaran directa e indirectamente a la comunidad, al igual que si sucede a lo inverso; siendo de esta forma necesaria consolidar la relación con los habitantes de la comunidad, para que el desarrollo de la iniciativa se mantenga y sea productiva.

#### ***GAD Ibarra***

El gobierno autónomo descentralizado de Ibarra es la quien planifica, regula, ejecuta y promueve el desarrollo integral sostenible de todo el cantón, a través de servicios de calidad y transparentes con la participación activa de la ciudadanía, con la finalidad de lograr bienestar. Consolidar una alianza con este actor permite un apoyo y soporte a nivel cantonal, al ser este el principal ente administrativo de todo el cantón.

#### ***Ministerio de Turismo***

Es la institución del estado que se encarga de la actividad turística en el país, actualmente coordina y regula esta actividad, además de apoyar ampliamente al desarrollo de las iniciativas de turismo formalmente y estratégicamente. Actualmente el estado considera al turismo como una actividad estratégicamente económica para el país, razón por la cual el apoyo es incondicional.

### ***Proyectos Locales de Turismo Comunitario***

Existen varias iniciativas parecidas a Pukyu Pamba dentro del cantón Ibarra y de la provincia de Imbabura. Sería productivo tener experiencias y relación con estas iniciativas para poder observar otras formas de realizar esta actividad, con la finalidad de crecer y aprender mutuamente.

## **3.7 Estrategias comunicativas**

### **3.7.1 Comunicación participativa**

La comunicación participativa utilizada como estrategia permite procesos de vinculación de las personas en la toma de decisiones en el momento de planificar actividades eficientes en torno al proyecto que se esté construyendo.

La comunicación van más allá de la transferencia de información, la comunicación presenta una amplia gama de posibilidades, técnicas o herramientas que implican lo educativo, el entretenimiento y el dialogo entre actores sociales.

Toda acción de comunicación implica una o más relaciones entre sujetos comunicantes, tiene lugar dentro de los procesos sociales y responde a deseos y necesidades de los sujetos involucrados (Zúñiga, Salas: 26)

La comunicación participativa como estrategia considera al proceso de comunicación como sinónimo de dialogo, que permita una horizontalidad entre los actores con la finalidad de lograr aprendizaje mutuo. Ubica a emisores y receptores en igualdad de condiciones, donde se relacionan mutuamente para conocer y expresar su historia, su identidad, sus necesidades e intereses; y así ser los actores en la construcción de las soluciones o alternativas a todas sus necesidades.

Esta estrategia tiene como objeto facilitar las condiciones para crear espacios de participación donde se produzcan un intercambio de ideas, emociones, sensaciones entre interlocutores. La inclusión permite escuchar múltiples y diversas voces de los diferentes actores y sectores que forman parte de la sociedad, especialmente de aquellos que están fuera de los procesos masivos de información. Entre los interlocutores debe producirse un dialogo que promueva la participación y que conlleve al aprendizaje.

Cuando no existen procesos de participación en los sectores de la sociedad, en las comunidades, en los barrios, etc.; se evidencia una falta del sentido de pertenecía organizacional, afectando las posibilidades de organización de estos sectores en el momento de enfrentar situaciones que se presenten en su entorno.

La comunicación participativa está dirigida para todos los integrantes de Pukyu Pamba con la finalidad de crear espacios en los que todos los integrantes puedan expresar sus ideas, percepciones y conocimientos frente al trabajo de la organización. Estos espacios de participación permitirán conocer de forma colectiva como cada integrante percibe y siente su trabajo dentro de la organización, todo con el objetivo de que todas las ideas de quienes integran Pukyu Pamba se conviertan en alternativas para fortalecer y mejorar su organización.

Las herramientas óptimas para desarrollar esta alternativa serán informativas e interactivas, adecuadas y al alcance del entorno del lugar. Utilizando los medios y los espacios que el lugar nos proporciona.

- Asambleas
- Mingas

La minga ya es una actividad practicada por la organización, por la efectividad y el impacto que esta ha tenido y tiene en la unidad y organización del grupo se la toma en cuenta como herramienta para llevar a cabo esta estrategia de la comunicación participativa. Esta herramienta permite al grupo trabajar en conjunto por un mismo



objetivo, y la participación es total tanto de hombres como mujeres, en algunos casos sin importar la edad.

Mientras que las asambleas sirven como espacio en el que las ideas, alternativas, propuestas en beneficio del desarrollo de Pukyu Pamba surgen. La propuesta es de realizar las asambleas cada tres meses, esto ayudará a conocer de manera más cercana los problemas o logros de forma general y permanente.

### **3.7.2 Fortalecer el enfoque cultural**

La cultura en esta iniciativa de turismo comunitario es uno de los pilares fundamentales para su existencia como sitio de turismo. La esencia de este lugar reside en sus tradiciones, costumbres y forma de vida, su oferta turística se basa en experimentar y vivir la cultura de este lugar, además de conocer su entorno natural.

Al ser la cultura una de las características esenciales de lo que hace Pukyu Pamba, es necesario trabajar para fortalecer y mantenerla viva, con sus tradiciones y costumbres, para evitar su pérdida y así la posibilidad de seguir brindando este tipo de turismo.

Actualmente quienes dirigen Pukyu Pamba son los representantes de cada familia, son personas adultas y con una identidad marcada y consciente de lo que son, su objetivo es seguir mostrando al mundo a través de esta iniciativa su cultura, situación que exige el trabajo y compromiso por parte de sus generaciones futuras, es decir, sus hijos.

Sin embargo, a causa de lo que representa la actualidad y la facilidad de conocer otras culturas o formas de vida hace que los jóvenes y niños corran el riesgo de perder su identidad.

Esta posibilidad preocupa a Pukyu Pamba, ya que si sus hijos pierden su identidad, sería difícil e imposible seguir brindando esta experiencia de vida que ellos ofrecen actualmente como turismo.

Para evitar esto en un futuro es necesario fortalecer la identidad a partir de las personas adultas, para que ellos quienes viven y guían permanentemente a sus hijos sean los principales en enseñar constantemente a valorar y preservar su cultura, a través de su vestimenta, alimentación, festividades, lengua; y sobretodo enseñando las razones de las características de su cultura. Las familias han empezado a trabajar sobre este tema realizando periódicamente talleres denominados de “rescate cultural” para los niños y jóvenes de las familias que pertenecen a Pukyu Pamba, con el objetivo de tratar estos temas culturales, sin embargo en estos talleres no existe la participación por parte de los niños o jóvenes, a quienes está dedicada esta actividad, cumpliendo únicamente un papel de receptor.

Es necesario seguir trabajando con esta actividad tomando en cuenta un cambio de la situación actual, donde se imposibilita saber lo que piensan ellos como personas individuales y con el derecho de decidir. Es necesario trabajar en talleres donde la participación de este grupo de personas sea activa y sean ellos quienes planteen las alternativas más adecuadas para fortalecer su cultura. Convirtiéndose en actores activos en el fortalecimiento de su cultura.

- Recibir a los turistas con la vestimenta tradicional y mantenerla durante su estancia.
- Fortalecer las festividades propias de la comunidad.
- Seguir con la iniciativa de enseñanza de las costumbres de la comunidad hacia los turistas.

### **3.7.3 Aumentar las capacitaciones en torno a mejorar los servicios y la atención en Pukyu Pamba**

Brindar un buen servicio que garantice la satisfacción y la recomendación por parte de las personas que usaron el servicio a potenciales usuarios. En Pukyu Pamba ofrecer un

buen servicio es una prioridad, a pesar de ser autofinanciado, sus servicios dentro de sus posibilidades procuran ofrecer una cómoda y agradable estancia de los turistas en el lugar.

La preparación debe ser constante, permanente y actualizada para que quienes visiten puedan sentirse satisfechos con las comodidades prestadas.

Es necesario conocer las capacidades y habilidades de cada integrante de Pukyu Pamba para poder potenciarlas y aprovecharlas en el desarrollo de este sitio turístico. De la misma forma, explorar y aprovechar el entorno para potenciar las actividades ya ofrecidas y descubrir nuevas que beneficien a la actividad turística.

Al ser un sitio de turismo la presencia de turistas nacionales y extranjeros es permanente y esencial. De tal forma, el idioma también juega un papel importante, con los turistas nacionales no existe problema, sin embargo con los turistas extranjeros en algunos casos ha sido indispensable la presencia de un guía de turismo. Son dos personas únicamente que hablan el inglés, los demás solo español y quichua.

Para enfrentar esta problemática sería importante que todos los integrantes empiecen a conocer un poco más del idioma inglés, el objetivo no sería que todos sepan hablar inglés completamente, sino las palabras más importantes que les permitan comunicarse de una forma básica con sus visitantes.

La mirada desde el interior de la organización siempre será distinta a la mirada externa, en este caso la de los usuarios de los servicios que ofrecen como sitio de turismo. Por esta razón, para alcanzar esta estrategia es necesario saber la opinión de los usuarios frente a los servicios y actividades que ofrecen Pukyu Pamba, para esto la herramienta a ser utilizada es la encuesta. Esta técnica es muy versátil, brinda resultados que permiten conocer aspectos positivos así como los negativos de la actividad que estemos evaluando, además su confidencialidad hace que los encuestados se sientan con la tranquilidad y seguridad de ofrecer sus respuestas sin ningún compromiso o temor.

Sumado a esto la posibilidad de realizar preguntas específicas y de recibir respuestas detalladas y concretas a la vez.

Al conocer los resultados de la encuesta se podrá emplear la otra herramienta propuesta en esta estrategia, las capacitaciones. Necesitan conocer cuáles son sus deficiencias y fortalezas para optar por capacitaciones que mejoren esos aspectos.

- Encuestas
- Capacitaciones

### **3.7.4 Establecer alianzas estratégicas**

Para consolidar un proyecto, en ocasiones, no solo es necesario el aporte y el trabajo de sus integrantes, sino también la participación y la colaboración de personas, instituciones o empresas que tengan los medios, la predisposición y la capacidad de trabajar por el desarrollo de ese proyecto.

- Presentar la oferta de turismo ofertado en Pukyu Pamba como una oportunidad de hacer un turismo y aprender sobre la cultura del lugar.
- A partir de los intereses y necesidades de la organización presentar la propuesta de turismo a entidades que apuesten por estas iniciativas.
- Empezar con el trámite de legalización como organización que realiza una actividad económica.

Al ser Pukyu Pamba una iniciativa autofinanciada corre el riesgo de que el capital para su trabajo dependa de las condiciones económicas de cada familia; tomando en cuenta que son familias de clase media y media-baja el progreso de esta microempresa está sujeto a esta condición, siendo en ocasiones un obstáculo para el mejoramiento de las actividades que ofrecen en este sector.

Su actividad de turismo exige una presencia permanente de turistas, de quienes depende principalmente la existencia y permanencia de estos lugares. Sin embargo, para lograr este objetivo es necesario establecer alianzas estratégicas que permitan alcanzarlo, alianzas que aporten en la solución de los problemas y en el desarrollo de este lugar como sitio de turismo comunitario.

Las alianzas que se deben establecer deben ser con organizaciones que aporten en la consecución de tres puntos:

- Promoción del lugar como sitio de turismo
- Provisión permanente de turistas al sector
- Mejoramiento de las instalaciones

### **3.7.5 Fortalecer los medios de difusión existentes**

Pukyu Pamba cuenta con una página web, trípticos de información y un video documental acerca de su trabajo. Estos medios de difusión han sido elaborados por estudiantes, como trabajos de tesis. El aporte de estos medios de difusión ha sido significativo, han logrado difundir el trabajo y los servicios que ofrecen en este lugar y sobretodo han captado turistas.

Estos medios necesitan ser actualizados continuamente, pues las condiciones del lugar se transforman o adaptan con el tiempo, es decir; la infraestructura, los costos, etc.; cambian; y como una organización que brinda servicios necesita presentar oportunamente los cambios y novedades presentadas para atraer a los visitantes.

Sin embargo, a pesar de contar con estos medios de difusión, útiles y necesarios, en ocasiones a resultado complicado actualizarlos a causa del desconocimiento o la poca accesibilidad a herramientas que permitan estos reajustes.

Estos medios no pueden perderse o ser abandonados. La estrategia tiene como objetivo brindar las herramientas necesarias para mantenerlos, mejorarlos, fortalecerlos y de construir un sistema en el que los propios integrantes de la comunidad conozcan el funcionamiento de estos medios y puedan darles el uso eficiente.

Además permitirá a partir de un análisis diagnosticar si es necesaria la creación de nuevos medios de difusión, o simplemente trabajar con los existentes de forma continúa.

También se empleará una herramienta metodológica llamada cartografía social. Consiste en realizar un mapa conjuntamente con los actores principales de la investigación, en este caso las familias de Pukyu Pamba, con las necesidades y aspiraciones que ellos tienen como organización, para luego transformarlo en un producto comunicativo que sirva para informar a los visitantes y reconstruir la realidad a partir de la valoración de los conocimientos, de forma creativa y participativa, para formar conciencia de lo que se ha hecho y de lo que se espera obtener como grupo de turismo.

En este punto se empezará trabajando en:

- Evaluar la eficiencia de la página web existente.
- Potenciar la página web.
- Figar alternativas económicas, creativas y comunicativas para promocionar el lugar.

### **3.8 Objetivos comunicacionales**

#### **3.8.1 General**

Crear y establecer un sistema de comunicación para Pukyu Pamba que permita fortalecer organizar las relaciones a nivel interno y externo; con la finalidad de apoyar y consolidar

su trabajo a través de las herramientas de comunicación más apropiadas y óptimas para sus intereses.

### **3.8.2 Específicos**

- Generar medios y canales de información adecuados al entorno del sector y a las necesidades y habilidades de los integrantes de Pukyu Pamba.
- Aprovechar las relaciones internas para consolidar y fortalecer las bases que soportaran la estructura de esta organización.
- Comprometer la participación de los integrantes en el proceso de ejecución y evaluación del plan de comunicación.
- Crear formas de relación con los actores externos convenientes al desarrollo de esta iniciativa de turismo comunitario.
- Fortalecer la consolidación de la cultura como un recurso esencial para el progreso y estabilidad de esta iniciativa, la cual debe ser mantenida y respetada.
- Potenciar los medios de difusión existentes y crear unos nuevos y acordes a las necesidades propias del sector.
- Establecer los medios necesarios para conocer el punto de vista por parte de los turistas, actores esenciales en la creación y permanencia del turismo.

### **3.8.3 Políticas Comunicacionales**

- Todas las decisiones tomadas en torno al desarrollo de la iniciativa de turismo comunitario Pukyu Pamba deben ser previamente conocidas, consultadas, analizadas y aceptadas por todos los integrantes de esta microempresa.
- Generar espacios de inclusión y participación para todos los integrantes de Pukyu Pamba, para generar condiciones y oportunidad equitativas y colectivas.
- Convertir a la comunicación en una herramienta estratégica e indispensable que promueva y apoye las relaciones internas y externas de Pukyu Pamba.

- Promocionar el trabajo y la oferta turística de Pukyu Pamba empleando eficientemente los medios a su alcance y los propuestos por empresas o instituciones que trabajan con este tipo de emprendimientos.
- Establecer a la cultura como un recurso esencial para el progreso y estabilidad de esta iniciativa, la cual debe ser mantenida y respetada.

### **3.9 Información a difundir**

La información a difundir se basará en dos puntos importantes:

- El plan de comunicación como una herramienta para mejorar y fortalecer las relaciones internas y externas de la microempresa.
- El plan de comunicación como una herramienta para identificar los factores positivos, negativos y necesarios para mejorar el desarrollo de esta iniciativa.

Estos lineamientos permitirán establecer al plan de comunicación como una guía en la toma de decisiones y en la manera de manejar la imagen y la estructura interna y externa de la organización.

Principalmente, la información a difundir buscará crear un concepto más amplio de lo que implica la comunicación y del aporte que representaría en la organización de esta iniciativa, una comunicación que permita el dialogo y la participación interna y externamente. Una comunicación que logre difundir eficientemente el trabajo que realiza y ofrece Pukyu Pamba, pero sobretudo que capte la atención necesaria de los posibles turistas.





### 3.12 Actividades y responsables

**Tabla 9** Actividades y responsables

<i>ASIGNACION DE ACTIVIDADES Y RESPONSABLES</i>			
<i>N.</i>	<i>ACTIVIDAD</i>	<i>RESPONSABLE</i>	<i>DESTINATARIOS</i>
<b>PRIMERA ETAPA</b>			
<b>1.1</b>	Presentación del plan de Comunicación	Katherine Morejón	Grupo de Turismo Pukyu Pamba
<b>1.2</b>	Aprobación del Plan de Comunicación	Katherine Morejón Directiva Pukyu Pamba Grupo de Turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba
<b>1.3</b>	Socialización del Plan de Comunicación	Katherine Morejón Directiva de Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba
<b>1.4</b>	Capacitación para la Implementación del Plan de Comunicación a los integrantes de Pukyu Pamba	Katherine Morejón	Grupo de Turismo Pukyu Pamba
<b>1.5</b>	Evaluación de la capacitación para la implementación del plan de comunicación	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba
<b>SEGUNDA ETAPA</b>			
<b>2.1</b>	Ejecución de la estrategia: Aumentar las	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu	Grupo de Turismo Pukyu Pamba

	capacitaciones en torno a mejorar los servicios y la atención en Pukyu Pamba	Pamba		
<b>2.2</b>	Taller participativo para evaluar la primera actividad de la segunda etapa	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba	
<b>2.3</b>	Ejecución de la estrategia: Comunicación participativa	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba	
<b>2.4</b>	Taller participativo para evaluar la segunda actividad de la segunda etapa	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba	
<b>2.5</b>	Ejecución de la estrategia: Fortalecer el enfoque cultural	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba	
<b>2.6</b>	Taller participativo para evaluar la tercera actividad de la segunda etapa	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba	
	Ejecución de la estrategia: Establecer alianzas estratégicas	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba	
	Taller participativo para evaluar la cuarta actividad de la segunda etapa	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba	

Ejecución de la estrategia: Fortalecer los medios de difusión existentes	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba
Taller participativo para evaluar la quinta actividad de la segunda etapa	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba
Evaluación de la ejecución de las estrategias comunicativas.	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba
<b>TERCERA ETAPA</b>		
<b>3.1</b> Agrupar las evaluaciones de las Etapas del Plan de Comunicación	Katherine Morejón	Grupo de Turismo Pukyu Pamba
<b>3.2</b> Elaboración informe final	Katherine Morejón	Grupo de Turismo Pukyu Pamba
<b>3.3</b> Presentación informe final del trabajo	Katherine Morejón	Grupo de Turismo Pukyu Pamba
<b>3.4</b> Identificación de efectos e impactos en la ejecución del plan de comunicación	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba
<b>3.5</b> Ubicar los resultados obtenidos con la aplicación del plan	Katherine Morejón Grupo de turismo Pukyu Pamba	Grupo de Turismo Pukyu Pamba

*Elaborado por: Katherine Morejón*

### 3.13 Presupuesto

**Tabla 10** Presupuesto

<i>Actividad</i>	<i>Recurso</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>C. Total</i>
Presentación del plan de Comunicación	Sala de reuniones	1	0.00	0.00
	Sony – VAIO Core i7	1	1.000.00	1.000.00
	Proyector Epson S122800 Lumenes	1	547.00	547.00
	Flash Memory Kingston 8gb	1	14.00	14.00
	Cámara fotográfica LUMIX 12 mega pixeles	1	180.00	180.00
	Pasaje Quito - Ibarra	2	2.70	5.40
	Gasolina	7 gal.	1.45	10.15
				<b>1.745.55</b>
Aprobación del Plan de Comunicación	Sala de reuniones	1	0.00	0.00
	Sony – VAIO Core i7	1	0.00	0.00
	Proyector Epson S122800 Lumenes	1	0.00	0.00
	Flash Memory Kingston 8gb	1	0.00	0.00
	Pasaje Quito - Ibarra	2	0.00	0.00
	Gasolina		0.00	0.00
				<b>0.00</b>
Socialización del Plan de Comunicación	Sala de reuniones	1	0.00	0.00
	Sony – VAIO Core i7	1	0.00	0.00
	Proyector Epson S122800 Lumenes	1	0.00	0.00
	Flash Memory Kingston 8gb	1	0.00	0.00
	Pasaje Quito - Ibarra	2	2.70	5.40
	Gasolina	7 gal.	1.45	10.15

				<b>12.85</b>
Capacitación para la Implementación del Plan de Comunicación a los integrantes de Pukyu Pamba	Sala de reuniones	1	0.00	0.00
	Cartulina	8	3.20	3.20
	Marcadores	4	4.00	4.00
				<b>7.20</b>
Evaluación de la capacitación para la implementación del plan de comunicación	Sala de reuniones	1	0.00	0.00
	Cartulina	8	3.20	3.20
	Marcadores	4	4.00	4.00
	Pasaje Quito - Ibarra	2	2.70	5.40
	Gasolina	7 gal.	1.45	10.15
				<b>22.75</b>
Ejecución de la primera etapa del plan de comunicación (difusión de las estrategias del plan)	Sala de reuniones	1	0.00	0.00
	Sony – VAIO Core i7	1	0.00	0.00
	Proyector Epson S122800 Lumenes	1	0.00	0.00
	Flash Memory Kingston 8gb	1	0.00	0.00
	Cartulina	8	3.20	3.20
	Marcadores	4	4.00	4.00
	Pasaje Quito - Ibarra	2	2.70	5.40
	Gasolina	7 gal.	1.45	10.15
				<b>22.75</b>
Taller participativo para evaluar la primera etapa	Cartulina	8	3.20	3.20
	Marcadores	4	4.00	4.00
	Sala de reuniones	1		
	Pasaje Quito – Ibarra	2	2.70	5.40

	Gasolina	7 gal.	1.45	10.15
				<b>22.75</b>
Evaluación de la primera etapa del plan de comunicación	Cartulina	8	3.20	3.20
	Marcadores	4	4.00	4.00
	Sala de reuniones	1		
	Pasaje Quito – Ibarra	2	0.00	0.00
	Gasolina	7 gal.	0.00	0.00
				<b>7.20</b>
Ejecución de la segunda etapa del plan de comunicación (objetivos del plan)	Sala de reuniones	1	0.00	0.00
	Sony – VAIO Core i7	1	0.00	0.00
	Proyector Epson S122800 Lumenes	1	0.00	0.00
	Flash Memory Kingston 8gb	1	0.00	0.00
	Pasaje Quito – Ibarra	2	2.70	5.40
	Gasolina	7 gal.	1.45	10.15
				<b>15.55</b>
Taller participativo para evaluar la segunda etapa	Cartulina	8	3.20	3.20
	Marcadores	4	4.00	4.00
	Sala de reuniones	1		
	Pasaje Quito – Ibarra	2	2.70	5.40
	Gasolina	7 gal.	1.45	10.15
				<b>22.75</b>
Evaluación de la segunda etapa del plan de comunicación	Cartulina	8	3.20	3.20
	Marcadores	4	4.00	4.00
	Sala de reuniones	1	0.00	0.00
	Pasaje Quito – Ibarra	2	0.00	0.00
	Gasolina	7 gal.	0.00	0.00
				<b>7.20</b>
Agrupar las evaluaciones de	Resma de papel bond A4 (500 hojas)	1	12.00	12.00

las Etapas del Plan de Comunicación	Impresión evaluaciones	10	0.05	0.50
	Sony – VAIO Core i7	1	0.00	0.00
				<b>12.50</b>
Elaboración informe final	Sony – VAIO Core i7	1	0.00	0.00
	Impresión evaluaciones	10	0.00	0.00
				0.00
Presentación informe final del trabajo	Sala de reuniones	1	0.00	0.00
	Sony – VAIO Core i7	1	0.00	0.00
	Proyector Epson S122800 Lumenes	1	0.00	0.00
	Flash Memory Kingston 8gb	1	0.00	0.00
	Pasaje Quito – Ibarra	2	2.70	5.40
	Gasolina	7 gal.	1.45	10.15
				<b>15.55</b>
Identificación de efectos e impactos en la ejecución del plan de comunicación	Sala de reuniones	1		
	Cartulina	8	3.20	3.20
	Marcadores	4	4.00	4.00
	Pasaje Quito – Ibarra	2	0.00	0.00
	Gasolina	7 gal.	0.00	0.00
				<b>7.20</b>
Ubicar los resultados obtenidos con la aplicación del plan	Sala de reuniones	1	0.00	0.00
	Cartulina	8	3.20	3.20
	Marcadores	4	4.00	4.00
	Pasaje Quito – Ibarra	2	0.00	0.00
	Gasolina	7 gal.	0.00	0.00
				<b>7.20</b>
<b>Gastos extras</b>			100.00	100.00
<b>Total</b>				2.029.00

Elaborado por: Katherine Morejón



### **3.14 Monitoreo y evaluación**

#### **a) Monitoreo**

El monitoreo es un proceso de verificación sistemático y periódico en la ejecución de una actividad, verifica su avance, el eficiente uso de los recursos y la consecución de los objetivos planteados durante el proceso de ejecución del plan. Su objetivo es identificar oportunamente los obstáculos o deficiencias que se generen en torno al trabajo que se esté desarrollando en esta etapa.

Monitorear debe establecerse en el proceso de ejecución como un instrumento de gestión, que permita tomar decisiones de carácter estratégico a partir de un análisis propio del entorno y del avance en el cumplimiento de los objetivos propuestos en el plan.

El monitoreo consiste en un examen continuo o periódico que se efectúa durante la implementación de un proyecto. Su objetivo es indagar y analizar permanentemente el grado en que las actividades realizadas y los resultados obtenidos cumplen con lo planificado, con el fin de detectar a tiempo eventuales diferencias, obstáculos o necesidades de ajuste en la planificación y ejecución. (SIEMPRO, UNESCO, 1999)

Durante el monitoreo se recoge información acerca de:

- La ejecución de las actividades planificadas.
- Los resultados conseguidos a través de la realización de las actividades con el objeto de verificar los avances del plan de trabajo.
- La consecución de los objetivos del plan y el impacto en la solución de los problemas.

El monitoreo se realiza a partir de la construcción de indicadores, los cuales permiten monitorear el avance en la consecución de los objetivos, además de otras actividades importantes para lograr esta etapa en la planificación:

- Construcción de indicadores: de proceso, de producto, de cobertura y de resultados.
- Establecer la información necesaria para construir el indicador o indicadores.
- Definir el periodo de remplazo de cada indicador.
- Seleccionar las técnicas o herramientas para observar los indicadores. Certificar

## **b) Evaluación**

La evaluación es la última fase del proceso de planificación, es la etapa donde se comparan los resultados con los objetivos y metas propuestas. La evaluación al ser una actividad periódica busca determinar y comprobar, de manera ordenada, objetiva y en profundidad, el alcance de las metas del plan, así como también la eficiencia de las estrategias usadas para alcanzarlos. Existen formas de valuación simple y otras algo complejas, algunas son intuitivas y otras fundamentadas.

Toda evaluación se orienta a revisar una o varias actividades o partes de un proyecto, o un proyecto entero, en si o en relación con sus objetivos, población, meta, etc. Mientras mayor sea el objetivo de la evaluación, más precisión y seriedad se necesita. (Uranga, 47)

La evaluación permite tomar decisiones, propias del investigador o de los investigados, siendo esencial pensar permanentemente en los receptores del proceso de planificación.

De esta forma, la evaluación se transforma en una herramienta necesaria para tomar decisiones, acerca del cumplimiento de los objetivos planteados en el Plan y de los

problemas suscitados en su ejecución. El resultado de esta fase en el proceso de planificación son los informes de evaluación, elaborados semestral y anualmente a partir de los informes de monitoreo.

Esta etapa representa el cierre del ciclo de la implementación del plan de comunicación, dando paso a la siguiente etapa, el fortalecimiento del plan, a partir del mejoramiento o correcciones de los problemas presentados en todo el proceso de planificación.

El éxito de una evaluación reside en el aprendizaje que los actores participantes pueden obtener acerca de lo que funciona y lo que no, para mejorar el proceso y lograr mejores resultados en las intervenciones actuales y futuras. (UNICEF, CIPPEC, 2012:98)

### **c) Herramientas para el monitoreo y la evaluación**

Las actividades de monitoreo y evaluación permiten obtener información importante y necesaria para valorar y justificar el trabajo que se está ejecutando, con la finalidad de identificar a tiempo problemas o deficiencias, o para comprobar que el trabajo está encaminado en la consecución de los objetivos planteados, en este caso, del plan de comunicación. Se emplearan estas herramientas:

- Encuestas
- Entrevistas individuales
- Grupo focales

## CONCLUSIONES

- Una organización generalmente está formada por un grupo de personas, todas ellas distintas, pero trabajando por un mismo objetivo planteado a nivel general, sin embargo; en ocasiones lograr ese objetivo representa enfrentar varias dificultades en el camino, mismas que pueden ser enfrentadas cuando el grupo se encuentra consolidado y con ideas claras; para esto, es necesario establecer a la comunicación como un elemento esencial en el proceso de toda organización.
- La comunicación me enseñó a escuchar y valorar el conocimiento que todos los individuos poseen, importante en la construcción de un proyecto y en la toma de decisiones sobre una realidad específica. Valorar el conocimiento de quienes construyen ese contexto, en este caso los integrantes de Pukyu Pamba, conllevó únicamente a plantear propuestas cercanas a la realidad y a los intereses de los actores, fortaleciendo de esta forma la consecución del plan de comunicación.
- El proceso de elaboración del plan de comunicación generó participación activa de sus miembros permitiéndonos conocer de manera profunda y específica las fortalezas y debilidades, pero sobretodo, llevó a que cada integrante exprese su visión u opinión acerca del trabajo que se han venido realizando en estos años, llevando a considerar nuevas propuestas o modificaciones.
- La inclusión dentro del proceso de elaboración del plan de comunicación para Pukyu Pamba permitió que cada integrante se empodere del trabajo y las decisiones tomadas, favoreciendo a corto, mediano y largo plazo la ejecución permanente de lo propuesto en el plan.
- La propuesta del plan de comunicación no trabajó únicamente en la planificación de propuestas para mejorar y crear formas de comunicación existentes e inexistentes en Pukyu Pamba, uno de los objetivos también fue aclarar la concepción que la mayoría de personas tienen al considerar que Comunicación es

únicamente hacer Periodismo, dejando a un lado el sentido amplio de lo que significa comunicar, y del valor que la comunicación tiene en una organización.

- La propuesta de turismo comunitario ofrecida por Pukyu Pamba tiene mucho potencial, sin embargo su actual situación legal ha limitado y lo seguirá haciendo en un futuro, la posibilidad de recibir los beneficios que varias instituciones estatales o empresas privadas ofrecen a iniciativas de turismo comunitario.

## LISTA DE REFERENCIAS

Angueta A. (2011). Tesis: Plan de comunicación para el desarrollo de la comunicación interna de SENPLADES. Quito. Universidad Politécnica Salesiana.

Balarezo R. & Torres G. (2004). El desarrollo local en el Ecuador. Ecuador. Abya Ayala.

Ballesteros E. (2007). CARRI Turismo Comunitarios en el Ecuador – Desarrollo y sostenibilidad en el Ecuador. Quito. Abya Ayala.

Beltrán L. (1979). Ensayo: Un adiós a Aristóteles: la comunicación “horizontal”.

BELL, José Ignacio (2005). La comunicación externa en las organizaciones: Comunicar para Crear Valor. Madrid. Ediciones Universidad de Navarra.

Boisier S. (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la Globalización? Revista de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Cantos E. (2008). Desarrollo Local. Ecuador. Corporación para el desarrollo de la educación universitaria.

Capriotti P. (1999). Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona. Ariel.

Carpio P. (2006). Retos del desarrollo local. Quito. Abya Ayala.

CONECTADEL. (2010) Módulo 7: Enfoque del desarrollo económico territorial. Recuperado el 15 de octubre del 2013 <http://www.conectadel.org/wp-content/uploads/downloads/2013/02/modulo7versionreducidapdf2011-110623131803-phpapp021.pdf>

Contreras A. (2000). Imágenes e Imaginarios de la Comunicación – Desarrollo. Quito. QUIPUS.

Contreras E. (1990). Manuales didácticos 6: El autodiagnóstico comunitario. Quito. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.

Contreras E. (1984). Planificación Comunitaria. Manuales didácticos. Quito. CIESPAL - Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.

Del Pozo M. (1997). Cultura empresarial y comunicación interna. Madrid. Fragua.

Esteinou J. (2000). Medios de comunicación colectivos y desastres naturales.

Recuperado el 14 de septiembre del 2013:

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n16/jesteinu16.html>

Fernández C. (2002). La Comunicación en las organizaciones. México. Trillas.

Fernández C. & Calquera L. (2008). La comunicación humana en el mundo contemporáneo. México DF. Mc Graw Hill Interamericana.

Fernández J. (2005). La Comunicación aplicada a las organizaciones desde las Ciencias de la Información - compilación Comunicar para Crear Valor. Madrid. Ediciones Universidad de Navarra.

Fondo Indígena. (2006). Sistema de monitoreo de la protección de los derechos y la promoción del Buen Vivir de los pueblos indígenas de América Latina y el Caribe.

Recuperado el 89 de noviembre del 2013: [http://www.fondoindigena.org/apc-aa-files/documentos/monitoreo/Definiciones/Definicion%20Dominios/1\\_1\\_Cultura\\_def.pdf](http://www.fondoindigena.org/apc-aa-files/documentos/monitoreo/Definiciones/Definicion%20Dominios/1_1_Cultura_def.pdf)

Freire P. (1973). ¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural. Buenos Aires. Siglo XXI y Tierra Nueva.

García F. & Hernández H. (2010). Comunicación alternativa. Recuperado el 26 de agosto del 2013: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n16/jesteinu16.html>

Garrido F. (2000). Comunicación Estratégica, Barcelona, Gestión.

González M. (2008). Turismo Rural Ecuador, Desarrollo Rural -Área Turismo Rural. Ecuador. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

ICEX - Instituto Español de Comercio Exterior. (2007). Revista electrónica - Notas Sectoriales. Recuperado el 23 de julio del 2013: [http://www.icex.es/FicherosEstaticos/auto/0806/turismo\\_24335\\_.pdf](http://www.icex.es/FicherosEstaticos/auto/0806/turismo_24335_.pdf)

Kahn R. & Katz D. (1979). Psicología de las Organizaciones. México D.F. Trillas.

La Porte J. (2005). Perspectives on communication. Roma. Universidad Pontificia de la Santa Cruz.

Laswell H. (1985). Estructura y función de la comunicación en la sociedad. Barcelona. Moragas Spá.

Lischetti M. (1995). Antropología (comp.). Buenos Aires. EUDEBA-Editorial Universitaria de Buenos Aires.

Manfred M. (1993). Desarrollo a Escala Humana. Uruguay. Nordan-Comunidad.

Mattelart A. & Mattelart M. (1997). Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona. Paidós.

Nosnik A. (1995). Curso de Comunicación Organizacional: La planeación y gestión efectiva de sus procesos. México. Despacho CIOS.

Nosnik A. (1990). "Las tres 'íes' de la comunicación organizacional". En Alta Dirección, 2 (5) 46, Septiembre-October.



Ortega M. (1991). Cultura Popular y Comunicación, cuadernos de chasqui revista latinoamericana de comunicación. Quito. Quipus.

Pacheco P. & Espinoza J. (2013). Tesis: Plan de comunicación para apoyar la prevención de la violencia intrafamiliar en la provincia de Cotopaxi, cantón Pujilí, comunidad Shuyupamba. Quito. Universidad Politécnica Salesiana.

Pérez B. & Carrillo E. (2000). Desarrollo local y Manual de Uso. Madrid. ESIC-Editorial.

Prieto D. (1990). Diagnóstico de Comunicación – Mensajes Instituciones, Comunidades. Quito. CIESPAL - Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.

Ruíz E. Solís D. (2007). Turismo Comunitario en Ecuador - Desarrollo y Sostenibilidad Social. Ecuador. Abya Ayala

Tironni E. (2004). Comunicación Estratégica. Chile. Taurus.

Torres R. (2011). “Cultura y Clima Organizacional”. Quito. Universidad Politécnica Salesiana.

Torres R. (2011). “Fundamentos teóricos de la comunicación organizacional”. Quito. Universidad Politécnica Salesiana.

Unda M. Revisitando el Desarrollo-Reflexiones en torno a las experiencias de "gestión local alternativa". Quito. Centro de Investigaciones Ciudad.

Uranga W. (2011). Evaluación: ¿Qué y para qué? Quito. CIESPAL - Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.